anno 28 n° 10 ottobre 2023

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

SPECIALE HOST
Il futuro dell'equipment in mostra a Milano

Ristorazione scolastica
QUALITÀ SÌ MARGINI NO

APPALTI DI SERVIZI
Tutti i limiti del nuovo codice

In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi

EDIFIS

FACILITY MANAGEMENT

FOOD SERVICES

TECHNICAL SOLUTIONS

We care for more

Progressive spirit, perfect fit, personal touch.

dussmann.it

UNA MANO **DALL'HOST**

"Questa volta il bicchiere è mezzo vuoto. Nonostante la nostra naturale inclinazione a guardare al futuro con cauto ottimismo, oggi non possiamo che condividere il disappunto di tutte le SRC che hanno in portafoglio una consistente percentuale di contratti pubblici. Perché?... Semplicemente perché, con il nuovo codice degli appalti, il legislatore ha perso l'ennesima occasione di guardare alla ristorazione collettiva con un occhio più attento alla realtà. L'evidenza ci mostra, infatti, un catering per le collettività che da un lato accresce il proprio ruolo di servizio alla persona strategico e per sua stessa natura imprescindibile e dall'altro chi ci governa non ne considera in alcun modo le peculiarità.
Non stiamo parlando di un domani incerto ma di un oggi già scricchiolante. Le tensioni del caro costi non hanno risparmiato nessuno: i margini delle aziende che lavorano nel settore pubblico dalla pandemia in poi si sono drasticamente erosi e i tre quarti dei contratti firmati a cavallo fra li 2019 e il 2020 non contemplano una clausola di adeguamento prezzi. Staremo a vedere.
Ma c'è anche un bicchiere mezzo pieno. Che è quello che ci lascia intravvedere Host. L'appuntamento di questo ottobre alla Fiera di Milano, ci restituisce per quantità e qualità degli espositori, una buona dose di quel dinamismo che pochi settori al di fuori della ristorazione moderna sono in grado di esprimere. Le attrezzature per cucine e centri cottura non sembrano frenare il proprio slancio in termini di innovazione e, se le promesse fatte sul contenimento dei consumi e il rispetto dell'ambiente verranno mantenute, non solo avremo processi produttivi più snelli ma potremo contare anche su un recupero di marginalità che oggi sembra una chimera."

OTTOBRE 2023

RUBRICHE

Ristorando

Anno 28 - numero 10 - Ottobre 2023

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Emilia Guberti • Giovanni Lizzini • Davide Moscuzza • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

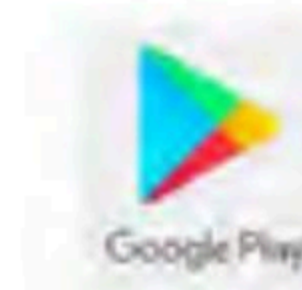
Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: Aziende Grafiche Printing S.r.l. • Peschiera Borromeo (MI)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.r.l.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

Dussmann nelle scuole di San Giuliano M.se

È stato riaffidato alla **Dussmann** il servizio di preparazione e distribuzione pasti nel **Comune di San Giuliano Milanese**, che lo avrà in carico nei prossimi tre anni, da settembre 2023 fino a giugno 2026. Un affidamento che vale da 7.5 milioni di euro, e che ogni giorno vedrà produrre 2.400 pasti per gli alunni e il personale dei vari plessi della città. Una scelta nel segno della continuità: Dussmann aveva già gestito le mense sangiulianesi negli ultimi anni, fino allo scorso giugno. Invariate le tariffe a carico delle famiglie. C'è però una novità: rispetto alla formula usata in passato, il Comune ha deciso di affidare il servizio in concessione, un criterio che attribuisce all'azienda di ristorazione maggiori margini di manovra, ma anche maggiori oneri e responsabilità. Sarà Dussmann, ad esempio, ad annotare presenze e assenze degli utenti, e a riscuotere direttamente le quote richieste alle famiglie. È stato altresì ribadito che il Comune manterrà la consueta supervisione sul servizio e le famiglie in difficoltà economica potranno continuare a rivolgersi ai Servizi Sociali per ottenere sgravi e agevolazioni.

Eni aprirà 100 pdv ALT stazione del gusto con chef Romito

Eni tiene a battesimo un nuovo progetto di ristorazione in collaborazione con lo chef stellato **Niko Romito**: parte da Roma questa inedita partnership, e precisamente da una stazione di servizio del colosso italiano degli idrocarburi all'Eur. Battezzato **ALT**, **stazione del gusto** il format coniuga il servizio al tavolo e l'asporto di piatti elaborati con l'ausilio dell'*Accademia di Niko Romito*. Non si tratta di unicum, anzi: l'obiettivo è di arrivare a circa 100 aperture in un quadriennio, anche attraverso il franchising e grazie allo sviluppo di *Enilive*, il nuovo brand che testimonia l'impegno dell'Ente Nazionale Idrocarburi verso la mobilità sostenibile.
La collaborazione con l'Accademia Niko Romito, che si occuperà anche del tirocinmio delle maestranze impiegate nei pdv ALT, rappresenta per Enilive una evoluzione fondamentale dell'offerta di servizi nella rete dei suoi oltre 5.000 punti vendita in Europa, di cui oltre 4.000 in Italia.

Parte da Milanofiori il formato "fast" di miscusi per i CC

miscusi inizia la sua avventura in formato "fast" nei mall, partendo dal centro commerciale *Milanofiori* di Assago (MI), gestito da *Klèpierre*. Per la catena di ristoranti che ha il suo punto di forza nell'offerta di pasta fresca, si tratta del debutto nel canale con questo fermato quick service, dopo averlo presentato e inaugurato a maggio nella food district di piazza Gae Aulenti, a Milano.
Il locale, aperto dalle 12 alle 22, ha una superficie di 120 mq, per un totale di 86 coperti, e un pastificio a vista, e offre la possibilità di ordinare da kiosk, da mobile o direttamente in cassa.
"Si tratta di una fruizione più rapida, per cui vediamo ottime potenzialità nei centri commerciali e nel travel: seguiranno altre aperture nel corso dell'anno", ha spiegato **Alberto Cartasegna**, fondatore e Ceo di miscusi.
La nuova apertura, la 15esima per il brand arriva subito dopo la cessione al fondo *Hyle Capital Partners* della quota detenuta da miscusi delle pizzerie Berberè risalente alla fine di luglio. Mossa propedeutica all'accelerazione sul fronte sviluppo: miscusi prevede circa 150 nuove assunzioni nei prossimi 12 mesi in altri 6 ristoranti in pipeline.

Uno-due di Starbucks tra Bari e Livorno

Non si ferma lo sviluppo di **Starbucks** da nord a sud dello Stivale, grazie a due recentissime aperture a Bari e Livorno, proprio mentre il brand USA di coffee shop celebra il 5° anniversario del suo approdo in Italia. Quella nel capoluogo pugliese è il primo pdv della Sirena Verde in Regione: la nuova caffetteria, 120 mq con 28 posti a sedere all'interno oltre a un dehor esterno di 30 mq con 24 sedute, si trova a pochi passi dall'Università degli Studi *Aldo Moro* e a dieci minuti dal lungomare.
A Livorno invece, Starbucks approda a Porta a Mare, nel nuovo complesso *Officine Storiche*.
Anche qui la location in formato chiosco è aperta in partnership con **Percassi**. Si tratta del quarto locale in Toscana, dà lavoro a 15 persone ed è collocato all'interno di questo nuovissimo polo multifunzionale a uso residenziale e commerciale di oltre 16.000 mq., con 21 punti vendita, un'area entertainment e un centro fitness, il tutto realizzato da **IGD** (Immobiliare Grande Distribuzione), uno dei principali player in Italia nel settore immobiliare retail.

Roark Capital compra Subway per 9,6 mld di dollari

Subway sta per essere ceduta al gruppo **Roark Capital**, che già controlla altri marchi come **Buffalo Wild Wings**, **Dunkin' Donuts**, **Arby's** e **Sonic**. Il compratore si appresta a rilevare la catena americana di paninoteche fast food direttamente dalle famiglie dei due fondatori: Fred DeLuca e Peter Buck.
I termini finanziari dell'operazione non sono noti, ma si parla di un esborso di 9,6 miliardi di dollari. Subway beneficerà dell'esperienza di Roark Capital nelle strategie di marketing e digitali. "Questa transazione riflette il potenziale di crescita a lungo termine di Subway e il valore sostanziale del nostro marchio e dei nostri affiliati in tutto il mondo", ha dichiarato **John Chidsey**, Ceo di Subway, che dal 2019 ha cercato di rilanciare il marchio rinnovando il menu, reclutato nuovi affiliati e investito in tecnologia. Con successo: nella prima metà del 2023 le vendite same-store sono aumentate del 9,8% rispetto allo stesso periodo del 2022.
L'acquisizione da parte di Roark Capital è il risultato di mesi di trattative nel corso delle quali ben 10 sono stati i "pretendenti" all'acquisto di una delle più grandi catene di ristorazione quick service al mondo, tra cui TDR e Sycamore.
Il format, fondato nel 1965 in Connecticut, ha iniziato a vendere i diritti d'uso del marchio Subway a partire dal 1974 arrivando ad avere circa 37.000 locali in tutto il mondo. Dopo un periodo di crisi in cui sono stati chiusi molti pdv (571 nel 2022, 1.600 nel 2020), oggi il marchio USA conta quasi 21.000 ristoranti. In Italia ce ne sono 14, concentrati soprattutto nel Nord Italia.

Compass Group gestirà la mensa e 2 bar allo IULM di Milano

Compass Group Italia è il nuovo gestore dei servizi di ristorazione dell'**Università IULM** di Milano. Si tratta, nello specifico, della mensa e di due dei tre bar dell'ateneo a sud del capoluogo. Che, all'azienda di ristorazione ha chiesto di garantire una offerta gastronomica variegata unitamente al progressivo restyling degli spazi dedicati. Nello specifico, Compass avrà in gestione il *Bar centrale* presso IULM 1 e il *Caffè Letterario* presso IULM 5, contestualmente alla *Mensa* presso IULM 3 e alla erogazione di pasti a condizioni agevolate per gli studenti (D.S.U.). In particolare poi, per il solo servizio mensa, sarà disponibile, scansionando l'apposito QR Code, la nuova APP *Fresh & Food*, da cui sarà possibile accedere a diverse funzionalità, come la prenotazione del tavolo o il take away. Il Bar IULM Cafè offre invece un'ampia gamma di proposte culinarie per il pranzo: panini e insalatone, da consumare in loco o altrove con la formula take away, accanto all'area pizzeria. A sua volta, il Caffè letterario è il luogo ideale dove rilassarsi, condividere progetti, scambiarsi idee e studiare gustando una buona colazione o un pranzo veloce tra una lezione e l'altra. Il locale offre anche un'ampia selezione di volumi per la consultazione. Da non trascurare anche il ruolo della **IULM Food Academy**, che, dal 2018, anno della sua nascita, mira a diffondere la cultura del benessere alimentare sotto la direzione scientifica del professor **Nicola Sorrentino**, esperto dell'alimentazione e della dietetica. IULM Food Academy ha riprogettato l'ex *Smart Bar*, innovandone la proposta gastronomica e investendo risorse ed energie nella ricerca di un'armonia tra gusto e salute. Le proposte qui vanno dalla prima colazione allo spuntino, fino al pranzo vero e proprio.

Alfio Schiatti nuovo CCO di Fattorie Garofalo. Obiettivo: sviluppare il brand

Novità in **Fattorie Garofalo**. Il gruppo imprenditoriale tra i principali operatori a livello mondiale nel settore lattiero-caseario bufalino ha nominato il suo nuovo Chief Commercial Officer: **Alfio Schiatti**.

Con esperienza trentennale nell'industria alimentare italiana, il manager avrà il compito di guidare l'intera divisione commerciale per i mercati business e consumer nazionali ed esteri, al fine di proseguirne lo sviluppo e consolidarne la posizione di leadership.

Milanese di nascita ma napoletano di adozione, con esperienza pluridecennale nel settore dapprima in **Bonduelle** e poi in **Fresystem**, il nuovo Cco di FG è chiamato a una nuova sfida: permettere a tutto il mondo di gustare un prodotto unico, degno rappresentante di un territorio ricco e dal valore inestimabile, grazie al sostegno di un'azienda che, con oltre 60 anni di storia e una gestione diretta e circolare della propria filiera, è prima al mondo per la produzione di latte e mozzarella di bufala campana dop.

Fattorie Garofalo lavora 38 milioni di litri di latte bufalino all'anno, realizza per il mercato circa 10 milioni di kg di prodotto finito alleva 15.000 bufale ed esporta in oltre 40 Paesi, per un fatturato di gruppo di 140 milioni di euro.

ALFIO SCHIATTI,
Chief Commercial Officer Fattorie Garofalo

Mense scolastiche, maxi appalto alla CIRFOOD

CIRFOOD si è aggiudicata il maxi appalto triennale da quasi 6 milioni di euro per la ristorazione scolastica in quattro comuni della Val d'Enza: **Bibbiano**, **Montecchio**, **Sant'Ilario** e **Cavriago**, in provincia di Reggio Emilia. La gara è stata gestita dall'Unione tra le 4 realtà toscane e riguarda la fornitura di pasti "prodotti in un centro di cottura nella disponibilità del concessionario" e dei servizi complementari, come la distribuzione e la somministrazione del cibo ai bambini. Il costo di un pasto previsto dalla gara era di 6,9 euro; la coop emiliana ha proposto un ribasso dello 0,7%. Come detto, la concessione sfiora i 6 milioni di euro complessivi: 1,672 milioni per Bibbiano; 1,723 per il capoluogo della Val d'Enza; 2,055 per le scuole santilariesi e circa 547mila euro per l'azienda speciale *CavriagoServizi*. Il minor importo di questo lotto è legato al fatto che le scuole dell'infanzia e il nido si avvalgono delle cucine della Casa protetta *Cavriaghes*.

Da Firenze a Milano: RIVOIRE® apre in Brera e si prepara al tris

Prima opening meneghina per **RIVOIRE®**, storico caffè fiorentino di piazza della Signoria, che nel giro di pochi mesi arriverà a contare su tre location all'ombra della Madonnina: dopo l'apertura in zona Brera, entro fine anno taglio nastro per le location di piazza Oberdan e quindi in zona Cadorna. Collocato in via Formentini 9, il debutto fuori dalla città in cui è nato nel 1872 del format conosciuto in tutto il mondo per la sua cioccolata e l'alta pasticceria avviene in una location su due piani con un ampio dehors esterno, 20-25 posti interni e oltre 40 all'esterno, contraddistinta dalla ricercatezza degli arredi, e da originali e affascinanti decorazioni delle pareti, completamente rivestite di grandi immagini di dipinti rinascimentali.
Le aperture milanesi non resteranno isolate: il managament prevede infatti di ampliare ulteriormente la rete verso altre città, Trieste, Verona, Venezia in primi, senza contare il desiderio di portare anche all'estero il marchio, come racconta l'AD di RIVOIRE **Andrea Perko** mentre il general manager Marco Fallani sottolinea come presto la produzione verrà centralizzata, per tutti i pdv milanesi dell'insegna, in un laboratorio ad hoc nel centro del capoluogo, laddove attualmente è focalizzata presso l'Hotel Collini Rooms Milano, in zona Mecenate, struttura parte del gruppo di proprietà di Carmine Rotondo, dal 2018 patron del marchio fiorentino.

A 4 SRC la concessione da 25 mln per le scuole di Brescia

Un bando di gara triennale da 25 milioni, per 1,5 milioni di pasti all'anno: è questo il contratto monstre per la refezione scolastica che il **Comune di Brescia** ha suddiviso in 5 lotti, assegnati all'emiliana **CIRFOOD** (lotti Nord da 4,86 milioni e Ovest, oltre 5 milioni); alla veneta **Euroristorazione**, del gruppo Serenissima Ristorazione (lotto Sud); alla bresciana **Sarca Catering**, del gruppo Consoli (lotto Est) e a **Vivenda Spa**, parte del gruppo romano La Cascina (lotto centro storico, 4,4 milioni). Si prospetta dunque una piccola rivoluzione per oltre 80 mense di asili e nidi comunali, scuole elementari e medie statali della antica Brixia.
Nell'espletare il servizio, le ditte vincitrici dovranno ricorrere a mense presenti sul territorio e dovranno rispettare il disciplinare di gara che prevede alimenti prevalentemente biologici, locali e ipoglicemici, con menu che garantiscono il rispetto delle scelte etiche e religiose ma anche diete per problemi di salute e intolleranze (al glutine, al lattosio, ad altri allergeni), alternative al secondo piatto e, last but not least, i menu "no carne-no pesce" e "no proteine animali". Massima anche l'attenzione all'ambiente mediante l'utilizzo di piatti in ceramica, bicchieri in vetro e posate in acciaio, recupero delle eccedenze e degli avanzi.

Il tedesco Thomas Guether nuovo presidente di FoodServiceEurope

FoodServiceEurope ha eletto **Thomas Guether** nuovo presidente dell'associazione, con effetto dal 1° settembre 2023. Succede a **Michel Croisé**, Ceo di **Sodexo BENELUX**, che si dimette dopo 6 anni nel ruolo. Tedesco, già vicepresidente dell'associazione, Guether è Chief Growth Officer di **Compass Group Europa e Medio Oriente**, la costola del gruppo inglese che si occupa delle attività in 20 su 40 paesi dove è presente. Con 20 anni di esperienza in vari ruoli di gestione aziendale, in qualità di massimo responsabile di FoodServiceEurope Guether svolgerà un ruolo chiave nel contribuire a promuovere e potenziare il settore europeo della ristorazione collettiva.

"Sono grato per la fiducia che i membri di FoodServiceEurope hanno riposto in me e sono entusiasta di rappresentare questo settore essenziale, che svolge una funzione sociale imprescindibile. Il mio obiettivo principale sarà quello di sostenere l'imposizione del miglior valore e della flessibilità negli appalti pubblici, facendo leva sulla funzione sociale del comparto della ristorazione collettiva, al fine di guidare l'UE verso la costruzione di un sistema alimentare più sostenibile", ha detto Guether subito dopo la sua designazione.

FoodServiceEurope rappresenta gli interessi del settore europeo della ristorazione collettiva a livello comunitario: migliaia di aziende che danno lavoro a oltre 600.000 persone in tutta Europa fornendo oltre 6 miliardi di pasti ogni anno nel Vecchio Continente.

THOMAS GUETHER,
presidente FoodServiceEurope

Caprizza porta la pizza e i fritti Made in Napoli anche a Roma

Caprizza, concept di pizzeria e friggitoria autentica napoletana apre a Roma e conferma la propria crescita in Italia, in attesa di prendere la via dell'internazionalizzazione. Dopo le aperture di Bergamo, Brescia, Cagliari, Torino, Varese, la catena di pizzerie va alla conquista della Capitale. Nato nel 2020 dall'idea di **Angelo Scarpato** e **Marco Trepiccione**, entrambi con una lunga esperienza nel settore della ristorazione, il brand made in Naples in pochi anni ha aperto 6 location, cui presto se ne aggiungeranno altre due. Un network che ha permesso di raggiungere un fatturato di 9 milioni di euro nel 2022 (grazie a 1.500 pizze sfornate al giorno) e di puntare entro la fine del 2023 ad una crescita del 15%. La giusta base per tentare con decisione, a partire dal 2024, la strada del mercato estero: Carpizza è già presente in Spagna, a Valencia, dove il format di pizzeria e friggitoria ha conquistato il pubblico locale e quello del turismo internazionale. Un banco di prova fondamentale per poter pianificare nuove aperture nel Vecchio Continente.

Da Kebhouze è di scena il crypto pagamento

Partnership "rivoluzionaria" di **Kebhouze** con **Coinbar**: nei punti di vendita della catena fast food di **Gianluca Vacchi**, si potrà pagare in versione crypto grazie all'implementazione dei sistemi dell'exchange italiano di criptovalute. In un'ottica antispreco e di ottimizzazione dell'esperienza del cliente, il format di kebab dell'imprenditore-influencer, tramite l'impiego del sistema *Coinbar Pay*, consentirà ai suoi clienti di effettuare pagamenti diretti in versione crypto in maniera rapida, efficiente e sicura. Kebhouze è così la prima catena di ristoranti quick service operante in Italia ad accettare criptovalute in tutti i suoi punti vendita, in Italia, Spagna e presto anche nel Regno Unito.

Euroristorazione vince appalto scuole

Affidato a **Euroristorazione** il servizio di ristorazione scolastica per l'anno scolastico 2023/2024 nel **Comune di Cadoneghe** (PD). Obiettivo principale dell'amministrazione comunale per il periodo di validità della commessa è ottenere il riconoscimento di mensa biologica a basso impatto ambientale, prodromo alla iscrizione all'elenco nazionale presso il Masaf - Ministero dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare e delle Foreste. Iscrizione che consentirà al Comune di accedere ai contributi che il dicastero eroga annualmente sulla base del numero dei pasti annui. Ecco dunque perché a bambini e ragazzi che usufruiranno del servizio mensa saranno serviti numerosi piatti realizzati con prodotti biologici e a basso impatto ambientale, provenienti da fornitori in un raggio di 150 km dal punto di confezionamento. Il nuovo appalto garantisce inoltre che le tariffe per gli utenti, nonostante il periodo di rincaro dei prezzi e di crescente costo della vita, rimangano le stesse dell'anno scolastico passato.

ANIR Confindustria contro le povertà educative

Nel rapporto "Il mondo in una classe. Un'indagine sul pluralismo culturale nelle scuole italiane", **Save the Children** evidenzia l'importanza di un intervento strutturale e continuativo per cambiare le condizioni di vita dei bambini, e raccomanda che gli interventi strutturali, come quelli del PNRR, siano l'occasione di un vero strumento di eguaglianza e contrasto alle povertà educative, visto che "asili nido, mense e tempo pieno sono ancora appannaggio di pochi".

MASSIMO PIACENTI, presidente ANIR Confindustria

Da questo assunto parte **ANIR-Confindustria** nel sottolineare "l'importanza di garantire l'accesso alla mensa scolastica e al tempo pieno, visto come uno strumento fondamentale per contrastare l'abbandono scolastico e come contrasto alle disuguaglianze. Si tratta di un'ulteriore testimonianza di come la ristorazione scolastica sia sempre un servizio pubblico importante. Quello di Save the Children è un rapporto che si aggiunge agli altri studi e alle altre indagini, che dimostrano come la mensa contribuisca a fornire un pasto giusto ai bambini e alle bambine appartenenti a famiglie fragili".
Non solo: secondo il neo presidente dell'associazione, **Massimo Piacenti**, non va persa l'occasione "dei finanziamenti del PNRR per poter fornire servizi fondamentali laddove non ci sono allo stato attuale. Lo studio di Save the Children indica una contrazione della quota di PIL investita in questo settore: siamo al 4,1% quando il resto d'Europa investe in media il 4,8%. Da parte delle imprese della ristorazione collettiva c'è la disponibilità ad un confronto ampio per poter dare il nostro contributo affinché il Governo e le altre istituzioni coinvolte possano pensare di studiare un'azione efficace e duratura".

È boom del f&b nei CC, che tornano ai livelli pre Covid

Secondo i dati dell'**Osservatorio CNCC-EY** sono i negozi di medie dimensioni a crescere di più all'interno dei centri commerciali italiani, il cui fatturato complessivo nel primo semestre 2023 è aumentato del 7% rispetto allo stesso periodo del 2022. E l'area di attività che tira la volata è quella dell'offerta f&b, che segna un boom del 25%.
Lo studio realizzato dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali in collaborazione con Ernst & Young è basato sui dati provenienti da un panel rappresentativo e costante di 300 strutture italiane, che ospitano al loro interno circa 10.000 punti vendita.
Ebbene, come detto, nel primo semestre di quest'anno il giro d'affari dei mall italiani è stato persino superiore a quello del 2019, segnando un aumento dell'1,7%. Questo risultato indica una solida ripresa per l'intero settore, soprattutto nel primo trimestre dell'anno, dato che il corrispondente lasso di tempo del 2022 era ancora influenzato dall'impatto negativo della variante Omicron del Coronavirus.
Il fatturato in quasi tutte le categorie merceologiche attive negli shopping center ha registrato una progressione significativa rispetto allo stesso periodo del 2022. Fa eccezione l'elettronica di consumo, che ha mostrato una diminuzione del 5,3%, settore che proveniva da grandi performance dovute ai contributi pubblici per il digitale nel 2019 e dall'impulso verso gli acquisti online durante la pandemia. Oggi, inoltre, le aziende del settore sono sempre più orientate sulla multicanalità, integrando le vendite tra canale online e fisico.
È invece la ristorazione a farla da regina, con un exploit del 25%, seguita dalle categorie cura persona e salute (+13,2%), cultura, tempo libero e regali (+10,5%), abbigliamento (+7,1%), attività di servizi (+8,2%) e beni per la casa (+1,3%)
Ed è sempre la ristorazione sugli scudi nel raffronto 2023 vs 2019: nei primi sei mesi dell'anno in corso infatti il fatturato del f&b nei CC è stato superiore del 9% rispetto a quello di 4 anni fa, l'anno pre Covid. Seguono beni per la casa (+2,2%), cultura, tempo libero e regali (+12%), cura della persona e salute (+6,4%). Al contrario, segmenti in calo includono l'elettronica di consumo, l'abbigliamento (-0,8%), e le attività di servizi (-5,9%).
Oltre alla crescita dei fatturati, si osserva anche un miglioramento costante negli ingressi dei visitatori, con un aumento significativo rispetto al 2022: +10,6%. C'è però ancora un divario rispetto al 2019 (-9,4%). Bisognerà aspetterà il primo semestre del 2024 per rivedere dei livelli pre-Covid.

Berberè: a Modena la 18esima pizzeria

Ha aperto a Modena la 18esima pizzeria a insegna **Berberè**: il brand di pizze da lievito madre vivo dei fratelli Aloe, che si è classificata al 4° posto della classifica mondiale della guida *50 Top Pizza*, prosegue nel suo progetto di sviluppo puntando sulla regione d'origine, l'Emilia Romagna. Il locale, aperta al piano terra di Palazzo Pierallini, tipica residenza privata realizzata tra Settecento e Ottocento, che dagli anni '70 del Novecento ha ospitato la storica pizzeria *La Mamma*, "casa" dei cadetti della famosa accademia militare cittadina, propone pizze artigianali con impasto da farine biologiche e macinate a pietra, condite con farciture stagionali e servite già spicchiate in 8 pezzi in nome della condivisione.

Sir vince il bando per 4 Comuni del lecchese

Il **Comune di Calolziocorte** (LC) ha affidato l'appalto del servizio di ristorazione scolastica alla **Sir** di Azzano San Paolo, azienda a conduzione familiare che opera da 40 anni nel settore della ristorazione collettiva, forte di circa 600 dipendenti che producono e distribuiscono 4 milioni di pasti all'anno. L'assegnazione è relativa agli anni scolastici 2023/2024, 2024/2025 e 2025/2026. L'azienda che ha vinto l'appalto utilizzerà prodotti bio (il 100% della frutta, ad esempio) nonché automezzi a metano per il trasporto. Le novità 2023 non riguardano solamente la gestione ma anche la comunicazione e il rapporto con le famiglie, che verranno adiuvate nell'accesso agli strumenti tecnologi e nella gestione di pagamenti e situazioni di morosità. La concessione triennale non riguarda solo Calolziocorte ma anche per i comuni limitrofi (che dovranno deliberare le proprie tariffe) di **Carenno**, **Erve**, **Monte Marenzo** e **Torre de' Busi**. Nel complesso, sono 171.000 all'anno i pasti previsti dal capitolato, a fronte di un ticket che passerà dai 5,21 ai 5,27 euro. A farsi carico dell'aumento, però, almeno fino al prossimo dicembre, sarà l'amministrazione comunale. Che, con un'apposita delibera, ha stabilito di mantenere invariate le tariffe alle famiglie per l'anno 2023, riservandosi le opportune valutazioni per il 2024 in sede di redazione del bilancio.

Tommaso Palermo nuovo ceo di Sodexo Benefit & Rewards

Tommaso Palermo è il nuovo Ceo di **Sodexo Benefit & Rewards Services Italia**. Il manager accoglie con entusiasmo la sfida proposta dalla società alla vigilia del lancio di *Pluxee* in Italia da parte dell'azienda attiva nel campo dei servizi di welfare aziendale: si tratta infatti del nuovo brand con cui, a livello globale, si aprirà un mondo di opportunità per le esperienze dei dipendenti. Fin dall'inizio della sua carriera, Palermo ha operato nei comparti digital, tech e telco, ricoprendo ruoli dirigenziali e di responsabilità in importanti realtà aziendali, tra cui Vodafone, ITALTEL, YouCo e CWT. Il suo percorso professionale si è sviluppato anche all'estero, dove ha ricoperto, tra gli altri, il ruolo di Country Manager per Italtel. Inoltre, il manager ha gestito molteplici campagne di vendita sia in patria che in ambito internazionale, operando in Europa, America Latina e Asia. L'impegno di Tommaso Palermo in Sodexo Benefits and Rewards Services Italia è iniziato nel 2022 con il ruolo di Sales Director (carica che manterrà ad interim nei prossimi mesi).

Ad Elior i refettori di Arezzo

Elior si è quindi aggiudicata la gestione delle mense scolastiche di **Arezzo** per i prossimi 4 anni (con possibile proroga per altri 2) ad un costo di poco superiore ai 12 milioni di euro.
Nel bando, grande spazio al biologico e ai prodotti a Km zero. Il menu proposta dall'azienda di ristorazione con sede a Milano, parte dell'omonimo gruppo francese, sarà sottoposto ad approvazione da parte della Asl, sia per quanto riguarda le combinazioni che le grammature. Il capitolato prevedeva anche la massima attenzione al risparmio energetico e la manutenzione delle cucine impiegate per la preparazione dei pasti destinati a 14 strutture nel territorio aretino.

Nuvole sul
nostro orizzonte

I cambiamenti atmosferici – come già si accennava nella nota del mese scorso – esercitano un'influenza sempre più penetrante sulle sorti del mondo. Il clima – con i suoi mutamenti continuamente oscillanti tra troppo caldo o troppo freddo, tra desertificazione e inondazioni – sta diventando, sempre più, il centro delle nostre preoccupazioni. Lo si potrebbe definire un arbitro della crescita, dispotico, esigente e, spesso, purtroppo, spietato, com'è accaduto con il terribile terremoto in Marocco e con il ciclone che, facendo crollare due dighe, ha provocato migliaia di morti in Libia.
Ma questo "cavaliere dell'Apocalisse" non si aggira da solo sulla scena globale: lo accompagna, con un rapporto sempre più stretto, la tumultuosa crescita dei flussi migratori. I movimenti di popolazione non sono certo una novità nella storia del mondo: ciò che è meno frequente è che il fenomeno si concentri soprattutto in una determinata zona. Nell'anno in corso, invece, è proprio questo che sta avvenendo e riguarda l'area del Mediterraneo. Qui decine di migliaia di persone lasciano l'Africa dirette in Europa, approdando, in prevalenza, sulle coste italiane.
Pesanti sono le ricadute, di natura economica e sociale (e non solo), di una simile tendenza: i problemi che essa genera sono resi più aspri dal coincidere con una fase di persistente rallentamento dell'economia internazionale.
La conferma più recente di questo dato viene dall'Ocse, l'organizzazione internazionale specializzata nell'osservazione dei problemi dello sviluppo.
Nelle sue "*Prospettive economiche intermedie*", diffuse il 19 settembre, l'Ocse prevede che il Pil mondiale quest'anno raggiungerà il 3%, in contrazione di tre decimali rispetto al risultato del 2022. Ancora più avara è la stima (+2,7%) relativa al 2024.
A determinare questo esito concorre, in primo luogo, l'inflazione (ancora elevata, pur se in calo, in un buon numero di paesi) che induce a praticare condizioni di finanziamento più restrittive per le attività produttive. La Bce, da poco (14 settembre), ha rialzato i tassi, attuando così il decimo aumento nel corso degli ultimi tredici mesi. Ma è una scelta che, fra i grandi paesi, non riguarda solo l'area europea: anche Stati Uniti e Giappone hanno, e da tempo, adottato decisioni simili.
Quanto alla Cina è alle prese con problemi diversi ma, forse, più spinosi: l'assedia, infatti, una spirale deflazionistica. Ad agosto il calo della domanda estera e la contrazione della spesa al consumo – informa l'ultima nota dell'Istat – pesa sui risultati delle imprese del Dragone mentre, nello stesso mese, l'export registra una netta contrazione in termini tendenziali (-8,8%) e diminuiscono anche le importazioni (-7,3%). Intanto l'indice Pmi del manifatturiero cinese ha accusato una ulteriore riduzione, al di sotto della soglia del 50, mentre anche quello dei servizi appare in regresso (51 contro il 51,5 di luglio). Sono dati dai quali si comprende che il motore del colosso asiatico (detentore del 19% del Pil mondiale) continua a girare, ma più lentamente.
I motivi? Senza dubbio gli errori nel contrasto alla pandemia nel biennio 2021-22 e la crisi del settore immobiliare, ma sono anche da considerare uno sfavorevole andamento demografico e il calo degli indici di produttività del paese. In ogni caso, questa frenata si tradurrà in un danno soprattutto per molti fornitori di materie prime (di queste ultime

Pechino dovrà ridurre i volumi di acquisto) e per i paesi, come la Germania, che vedranno calare i cospicui flussi di esportazione a cui, da tempo, erano abituati. Questa circostanza ha, probabilmente, contribuito a rendere assai prudenti anche le ultime previsioni diffuse (11 settembre) dall'Unione europea.
Bruxelles sottolinea che la crescita della Ue continuerà ma con uno slancio ridotto. I suoi esperti indicano, per il 2023, uno sviluppo dell'area del +0,8 quindi meno del previsto: è sempre l'inflazione a suggerire cautela. La corsa dei prezzi rallenta, ma il suo livello, almeno per l'anno in corso (6,5% nella Ue; 5,6% nell' Eurozona) resterà distante dall'obiettivo (2%) considerato auspicabile dalla Bce.
Con lo scenario europeo indebolito, l'Italia è più esposta.
Per combattere l'inflazione nell'Eurozona, la presidente della Bce **Christine Lagarde** porta avanti una drastica strategia di aumenti del costo del denaro. La gelata del credito si sente anche da noi: **Laura Serafini** (Sole24 Ore, 16 settembre) rileva che i prestiti a famiglie e imprese si stanno rapidamente contraendo (- 3,3% in agosto rispetto al -2,2 di luglio). Intanto l'apparato produttivo, che dovrebbe fare da perno al rilancio economico, va ripiegando malgrado i buoni risultati dell'estate (specie grazie al turismo). Conclusione: un'impronta negativa offusca l'orizzonte italiano. Sono significativi due dati: la contrazione degli investimenti (-1,8% nel secondo trimestre 2023, dopo due periodi di espansione) e l'andamento poco incoraggiante delle attese della produzione (l'indice Istat relativo segnala i valori più bassi da inizio anno).
Come si può contrastare una deriva così inquietante? A parte l'attenzione per l'equilibrio dei conti pubblici, d'obbligo in vista della definizione del bilancio 2024, vi sono due fronti su cui operare.
Il primo riguarda il rapporto con l'Europa. Va consolidato attraverso un confronto anche critico, ma evitando di trasformare Bruxelles in un comodo capro espiatorio. Altrimenti il Pnrr diventerà una occasione perduta mentre la questione migratoria e le nuove regole del Patto di stabilità si riveleranno sfide ancor più ostiche per il nostro paese.
C'è, poi, un'arma alla quale sarebbe molto utile far ricorso non solo per frenare l'inflazione ma per imprimere slancio nel tessuto del paese: quella della concorrenza.
Bonus e sussidi sono ammissibili se adottati con parsimonia e in modo mirato; il loro eccesso, al contrario, ha, come si è visto, effetti devastanti.
Invece una sana competizione nei diversi settori, basata su una concorrenza aperta e trasparente, rappresenterebbe - osserva, con un'analisi assai efficace, **Daniele Manca** (Corriere della Sera, 15 settembre) - uno stimolo prezioso alla discesa dei prezzi e sarebbe un valido scudo a difesa dei cittadini consumatori.
Stiamo facendo abbastanza in questa direzione? Si deve, purtroppo, dire di no.
Eppure, è il mercato, ricorda ancora Manca, che fa emergere le qualità di chi produce e lavora; che mette un argine alle rendite; che ha permesso il successo del made in Italy. Dimenticarselo, in frangenti come gli attuali, è un grave errore.

Antonio Duva

Prove di sostenibilità... economica

Gli interrogativi sulla tenuta economica del sistema di fornitura di pasti nelle scuole tengono banco fra gli addetti ai lavori. CAM e prezzi fuori controllo i principali nodi da sciogliere

di A.A.

"Per il prossimo anno sarà difficile immaginare che il costo delle materie prime rientri. A questo dovremo aggiungere il rinnovo contrattuale e l'aumento del costo del personale. Nessun cambiamento per l'utilizzo 'spinto' dei Cam, nonostante si fosse parlato di proposte di revisione e modifica. Criteri premianti sfidanti per biologico, prodotti a chilometro zero e filiera corta, con situazioni dove sono stati richiesti prodotti senza un'analisi preventiva della loro disponibilità sul territorio e in generale con una condizione di mercato speculativa e segnata da criticità climatiche". Le parole di **Franco Bruschi** Ceo Schools and Health & Care di **Sodexo** uno dei top manager che ci parleranno di ristorazione scolastica nelle pagine che seguono, oltre a descrivere alcune delle criticità del settore, esprimono preoccupazione: uno stato d'animo condiviso e condivisibile.

È inutile girarci intorno. Il mondo sta cambiando a una velocità tale da imporre nuove regole in ogni contesto. Nuove regole per il clima e l'ambiente, nuovi stili di vita, nuovi modi di lavorare e via discorrendo. In tutto questo, non si capisce perché un settore così strategico come la ristorazione

scolastica non debba avere la giusta attenzione da parte di tutti, istituzioni in primis, affinché possa evolvere con regole e sostegno economico al passo con i tempi.
Basi d'asta incongrue e gare fortemente sbilanciate sulla variabile prezzo, fanno ancora parte del sistema degli appalti e non possono che indebolire l'intero settore. E quando diciamo indebolire il sistema, non intendiamo solo compromettere i margini di guadagno delle SRC, ma impoverire un servizio che per alcuni bambini in Italia rappresenta purtroppo l'unico pasto consumato quotidianamente.
La ristorazione collettiva non può essere considerata una commodity.
Con i nostri interlocutori abbiamo affrontato alcuni fra i temi più d'attualità con l'intenzione di tracciare lo scenario in cui, oggi, tuti gli operatori svolgono la propria attività. Cominciamo

A proposito di mercato

"*Tra il 2022 e i primi mesi del 2023 è proseguito il segnale positivo dato da gare d'appalto valutate unicamente tramite il parametro "qualità" fissando un prezzo a base d'asta congruo e non ribassabile in fase di offerta*". Esordisce così **Alessio Bordone**, Sales Executive Director **CIRFOOD**.
"*L'auspicio è che questa tendenza prosegua. Ciò è reso ancor più necessario dalle crescenti richieste riguardanti la qualità, l'uso di materiali sostenibili, l'adozione di processi green e attività di educazione alimentare di cui occorre considerare in modo concreto i relativi costi. Ciò, ancora troppo spesso, purtroppo non avviene. In questi mesi abbiamo assistito anche a casi limite: basi d'asta bassissime e gare fortemente sbilanciate sulla variabile prezzo. In molti di questi casi abbiamo scelto di non partecipare per non assecondare un atteggiamento davvero rischioso*".

LA SCOLASTICA DI CIRFOOD (2022)

Giro d'affari divisione scuole: **171 Mio**
Comuni serviti: **375**
Numero pasti erogati: **31.6 milioni**
Numero addetti: **circa 4800**
Prodotti biologici: **~ 50%**
Diete speciali sul totale pasti: **17,4%**

ALESSIO BORDONE,
Sales Executive Director CIRFOOD

Per **Camst Group** i dati del 2022 riportano un giro d'affari della divisione scuole che ammonta a 203 milioni di euro, con 39 milioni di pasti erogati e 982 plessi scolastici serviti.
"*Nonostante questi numeri importanti*, ci dice **Luca Corsino**, Direttore Commerciale Ristorazione Collettiva della coop emiliana, *sono molte le criticità emerse negli ultimi anni. In primo luogo, la pandemia del 2020 che ha portato cambiamenti di cui vediamo le conseguenze ancora adesso. Ne sono un esempio le molte realtà scolastiche in cui lo spostamento della consumazione dei pasti all'interno delle aule, ha comportato un aumento del numero di operatori con conseguente incremento dei costi che risultano ormai inglobati all'interno delle gare di appalto*".
Per **Dussmann** è il nuovo codice degli appalti rappresentare un elemento penalizzante.
"*In particolare*, sostiene **Francesco Garrubba**, Direttore Filiale Sviluppo Ristorazione Scuole *non, ci soddisfa la clausola di revisione dei prezzi né per quanto riguarda la soglia oltre la quale scatta l'adeguamento dei prezzi, fissata al 5%, né per il modo in cui è stata scritta che lascia spazio a interpretazioni e ambiguità. A tal proposito, andrebbe fatto un chiarimento che evidenzi in maniera inequivocabile che il calcolo per l'80% della variazione è basato sul prezzo iniziale e non soltanto sulla quota eccedente il 5%*".
Nella stagione di gare conclusa di recente, Sodexo Italia ci dice di aver assistito ad una generale continuità di modus operandi rispetto allo scorso anno con però degli scostamenti e anche degli acuti inaspettati che hanno destato motivi di riflessione.

"Modalità di appalto con utilizzo prevalente dell'offerta economicamente più vantaggiosa, esordisce **Franco Bruschi**, Ceo Schools and Health & Care *- ricorso 'spinto' ai CAM, disequilibrio prezzo-rincaro derrate e pagamenti in concessione hanno rappresentato delle costanti. Dalle nostre statistiche abbiamo poi rilevato un leggero scostamento nel bilanciamento della parte qualitativa e quella economica nell'assegnazione dei punteggi: se prima il binomio era 80 qualità e 20 prezzo, quest'anno abbiamo osservato una tendenza verso il 70 – 30. Un altro sbilanciamento lo abbiamo notato in merito alle formule: più che lo scorso anno, ha fatto capolino il ricorso alla formula del ribasso percentuale. La peggiore poiché non premia in nessun modo la qualità. Solo poche gare sono state pubblicate con un 100% di qualità e prezzo già fissato dalla stazione committente"*.

Prezzi e CAM

Dal punto di vista dei prezzi continua a mancare un vero ed importante allineamento con quella che è la realtà caratterizzata da inflazione e rincaro dei costi delle materie prime.

"A fronte di aumenti del 20% - 25% sottolinea Bruschi *Sodexo non abbiamo avuto nessun riscontro di riequilibrio nelle basi d'asta se non scostamenti di 10-30 centesimi al massimo, cifre che non hanno assolutamente potuto pareggiare quello che è invece stato l'incremento del costo delle derrate. Stesso discorso per tutti le altre voci di spesa"*.

Il riequilibrio dei costi, dunque, è stato fatto dalle stazioni appaltanti ma solo molto parzialmente, senza coprire gli aumenti.

"Per il prossimo anno sarà difficile immaginare che il costo delle materie prime rientri. A questo dovremo aggiungere il rinnovo contrattuale e l'aumento del costo del personale", chiosa Bruschi".

Il tema relativo alla normativa sui CAM e all'utilizzo di derrate biologiche rimane un punto complesso da gestire. Se da un lato l'impresa di ristorazione è obbligata a utilizzare derrate in buona parte biologiche, dall'altro la produzione non è sempre in grado di far fronte alle richieste. *"Per questo i prezzi,* dice Bordone (CIRFOOD), *continuano a lievitare, in un contesto già complesso. Se a ciò sommiamo le normative sulla filiera corta, le criticità aumentano: è molto complesso trovare in tutta Italia produttori di biologico che soddisfino le richieste dei bandi di gara e, laddove i prodotti si trovino, i prezzi risultano molto elevati a causa di una scarsissima concorrenza che comporta un mancato livellamento dei prezzi a mercato"*.

"Se la legge sui CAM è assolutamente apprezzabile - interviene **Corsino** (**Camst Group**) *- in vista dell'adozione di una dieta più sana, entra però in conflitto con l'aumento dei costi dettato dalla maggiore qualità della materia prima, al quale però non è seguito un adeguamento delle basi d'asta. Stesso discorso vale per l'aumento dei costi legato al conflitto Russia – Ucraina e ai*

FRANCO BRUSCHI,
Ceo Schools and Health & Care Sodexo Italia

LA SCOLASTICA DI SODEXO ITALIA (FY 2023)

Giro d'affari (€): **165 Mio**
Numero addetti ristorazione scolastica: **5.000**

FRANCESCO GARRUBBA,
Direttore Filiale Sviluppo Ristorazione Scuole Dussmann

cambiamenti climatici, con relative difficoltà di approvvigionamento per tutto il mondo dell'ortofrutta. La tendenza da parte degli enti di andare verso il sistema delle concessioni e non più verso il classico appalto, a parità di prezzo d'asta, e la mancanza di riconoscimento da parte degli enti dell'adeguamento ai prezzi che i dati Istat suggerirebbero, sono, infine, per noi la criticità più grande".

Rispetto al tema dei prodotti, il parere di Dussmann fa riferimento da un lato alla tendenza di bandire gare il cui merceologico è tutto incentrato su prodotti di altissima qualità rispondenti ai CAM, dunque DOP, BIO, IGP, etc, e dall'altro all'assenza di un adeguamento dei prezzi. "*È evidente che la situazione non è più sostenibile*, dice Garrubba (Dussmann), *tant'è che stiamo registrando un calo dei partecipanti alle gare, alcune delle quali vanno deserte*".

Nessun cambiamento dunque per quanto riguarda l'utilizzo «spinto» dei Cam, nonostante si fosse parlato di proposte di revisione e modifica. "*Rimangono criteri premianti e sfidanti per biologico, prodotti a chilometro zero e filiera corta*, dice Bruschi (Sodexo), *con situazioni dove sono stati richiesti prodotti senza un'analisi preventiva della loro disponibilità sul territorio e in generale con una condizione di mercato speculativa e segnata da criticità climatiche*".

Alimentazione e diete speciali

Negli ultimi 10 anni si è assistito al proliferare di richieste particolari per quanto concerne i menu della ristorazione scolastica e non solo. E lo stile alimentare degli italiani si è evoluto verso la consumazione di piatti più sani e biologici. Questo ha portato dietisti di enti e fornitori a elaborare menu che rispettino sempre più le linee guida nazionali e regionali, prevedendo una serie di varianti che tengano conto delle specifiche esigenze.

"*Si tratta a mio avviso* - dice Bordone (CIRFOOD), *di una maggior attenzione e ricerca relativa al benessere fisico delle persone e, accanto a ciò, lo specchio di una nuova società, necessariamente multiculturale, che porta nuove abitudini e religioni e, con esse, nuove esigenze. Inoltre, ogni anno, aumentano le diete per intolleranze e allergie alimentari. Questo complica sicuramente i nostri processi, tanto che, in alcuni casi, sembra di lavorare con un "menu alla carta", ma per noi la priorità è garantire un pasto sano, completo in totale sicurezza, favorendo l'educazione alimentare e, allo stesso tempo, socialità e rispetto per il Pianeta*".

"*Oggi abbiamo una percentuale di diete specifiche del 5 - 6% per motivi di salute e 10 - 11% per motivi etico-religio-*

LA SCOLASTICA DI DUSSMANN (2022)

Giro d'affari (€): **95 Mio**
Numero comuni serviti: **313**
Numero addetti ristorazione scolastica: **> 1000**
Quantità di derrate movimentate (tonnellate): **644**

si, sottolinea Corsino (Camst Group) *mentre la richiesta di cibo vegetariano o vegano, per il momento, è ancora poco comune*".

Per quanto riguarda il tema delle diete speciali, per Dussmann non sono un'eccezione da gestire ma una parte fisiologica della gestione quotidiana del servizio.

"*Dal punto di vista della gestione,* interviene Bruschi (Sodexo) *osserviamo una lenta ma costante diminuzione delle iscrizioni al servizio di ristorazione scolastica, che deriva anche dal fenomeno ben più ampio del calo della natalità. La richiesta di diete è abbastanza stabile rispetto allo scorso anno, sempre tra un 10-15% sul totale pasti. In leggera crescita le richieste di attivazione di progettualità ben strutturate e studiate insieme con l'amministrazione comunale, al fine di coinvolgere insegnanti, bambini e famiglie sul tema dell'educazione alimentare, la conoscenza delle derrate e la consapevolezza dell'importanza del non sprecare il cibo. Il coinvolgimento delle direzioni didattiche è stato fondamentale e ha permesso di svolgere iniziative pratiche di educazione alimentare, in refettorio o in classe, arricchendo la didattica dell'offerta formativa proposta dalle singole scuole*".

Revisione prezzi e nuove gare

In generale, il 2022 è stato un anno particolarmente complesso. A fronte di uno sviluppo importante e di un fatturato sostanzialmente in linea con quello del 2019, CIRFOOD ha registrato risultati netti negativi, proprio a causa degli aumenti relativi a trasporti, energetici e generi alimentari spesso rimasti totalmente a carico dell'impresa, visto il mancato adeguamento di numerosi contratti in base agli indici Istat. "*Nel 2023,* dice Bordone (CIRFOOD), *complice anche il mancato stanziamento di fondi ad hoc da parte dello Stato per garantire un servizio essenziale come quello della ristorazione scolastica, stiamo assistendo ad alcune gare che prevedono limitazioni alla revisione dei prezzi nel corso del tempo: alcuni enti hanno, infatti, inserito delle 'soglie' tali da garantire l'effettivo aumento dei prezzi solo al superamento di certe percentuali di variazione degli indici ISTAT, percentuali che in alcuni casi sono talmente alte*

LUCA CORSINO,
Direttore Commerciale Ristorazione Collettiva Camst Group

da escludere nei fatti la possibilità che, negli anni, i prezzi possano aumentare".

Dopo la campagna di richiesta di riparametrazione dei prezzi che Camst Group porta avanti dal 2020, circa il 60% degli enti che serviamo ha dato il via a una revisione dei prezzi che purtroppo però non è stata tarata su tutte le criticità riscontrate. "*La nostra linea, ormai*, dice Corsino (Camst Group) è *quella di scartare tutte quelle gare di appalto in cui la qualità degli alimenti viene penalizzata a vantaggio di prezzi competitivi. Per questo motivo, nel 2023, rispetto al passato, abbiamo partecipato a un minor numero di gare per la ristorazione scolastica. La nostra è una scelta etica e morale: non vogliamo penalizzare la qualità del cibo consumato dai giovanissimi a favore di un risparmio che, al lungo termine, finirebbe per ledere anche il nome della nostra azienda*".

Per Dussmann, non si registrano ancora significativi incrementi delle basi d'asta a copertura dei maggiori costi derivanti da trasporti, energia, generi alimentari.

"*Se è vero che l'inflazione a livello nazionale è calata rispetto all'anno scorso attestandosi al 6% circa*, sottolinea Garrubba (Dussman) - *in realtà l'inflazione relativa al costo delle materie prime del food è ancora ben oltre il 10%. L'anno scorso quando l'inflazione a livello nazionale era al 13%, le derrate erano al 30%*".

Franco Bruschi ci fa notare che in discontinuità con il passato ci sono stati episodi che hanno caratterizzato questa stagione di appalti in maniera inaspettata. "*Molte gare sono state pubblicate facendo riferimento al vecchio codice dei contratti utilizzando, però, la formula di revisione dei prezzi prevista dal nuovo codice: un Comune che ha bandito una gara prima del 1 luglio con la clausola del Decreto 50, ha utilizzato però la clausola di revisione prezzi del nuovo codice 36-2023. Un corto circuito da cui ci siamo dovuti difendere che ha avuto un impatto molto forte: tra codici diversi, l'alea del 5%, le blindature dei prezzi e i rinnovi all'ultimo anno di gestione, ci siamo visti costretti, per diverse volte, a non partecipare al bando*".

L'urgenza di agire in maniera ragionata e con responsabilità per una vera sostenibilità, ambientale sociale ed anche economica, è nota sia alle società di ristorazione sia enti appaltanti.

Ci auguriamo di poter presto parlare di bandi per i servizi di ristorazione scolastica dove l'inserimento dei Cam sia ben soppesato e di poter vedere realizzati e diffusi esempi virtuosi di educazione alimentare e riduzione degli sprechi a favore delle bambine e dei bambini, adulti di domani, in stretta sinergia con le amministrazioni comunali e tutti gli attori coinvolti.

LA SCOLASTICA DI CAMST GROUP (2022)

Giro d'affari (€): **203 Mio**
Plessi scolastici serviti: **982**
Numero pasti erogati: **39 milioni**
Numero addetti: **~ 5500**
Diete speciali sul totale pasti: **~ 15%**

Qualità **e innovazione**

Abbiamo chiesto al general manager di Burger King Italia di raccontarci presente e futuro del "re del whopper" nel Belpaese. Ecco cosa ci ha detto Kevin Derycke

di Massimo L. Andreis

Il post pandemia sta cambiando la ristorazione in ogni sua declinazione. Anche in quella del fast food, segmento già da tempo interessato da importanti trend di sviluppo: dall'evoluzione in senso fast casual alla italianità delle materie prime, dalla digitalizzazione al peso crescente di delivery e asporto, fino alla diversificazione dei menu in direzione, non da ultimo, della proposta vegetale. Di tutti questi fenomeni è testimone e protagonista uno dei colossi dell'hamburger che opera in Italia, **Burger King®**.

Fondata nel 1954 negli USA, quella conosciuta in tutto il mondo come "casa del whopper" è una catena internazionale con 17.700 punti di vendita e 11 milioni di persone servite ogni giorno in oltre 100 paesi del globo. Il marchio appartiene a **Restaurant Brands International Inc.**, una delle più grandi aziende del mondo della ristorazione con oltre 30 miliardi di dollari nel sistema di vendita e oltre 25.000 ristoranti ai quattro angoli del pianeta.

La costola italiana del colosso, **Burger King Restaurants Italia SpA**, master franchisee per l'Italia, è una società di proprietà di **QSRP**, uno dei principali gruppi di ristorazione veloce in Europa, con oltre 1.000 locali e 6.000 addetti in 7 stati, per un giro di affari superiore al miliardo di euro. Da poco più di un anno, a guidare il big del panino espresso anche in Italia è **Kevin Derycke**, già ceo di Burger Brands Belgium. A lui abbiamo chiesto di accompagnarci in una disamina sul presente e sul futuro dell'azienda nel nostro paese e sulle prospettive del mercato del quick service.

Obiettivi ambiziosi

"*All'inizio del 2022 ci siamo dati l'obiettivo di realizzare 100 aperture in 4 anni: da allora abbiamo inaugurato 30 nuovi ristoranti*", esordisce il manager; che aggiunge: "*Possiamo quindi dire di essere sulla strada giusta per centrare e superare l'obiettivo prefissato lo scorso anno. Con le ultime aperture di Milano e Genova, Burger King ha raggiunto quota 255 ristoranti in Italia, di cui 172 in franchising, per un totale di 5.000 addetti*". Chiediamo quindi al nostro

interlocutore di fare un passo indietro e di spiegarci come la pandemia ha impattato su gestione e business del marchio. Ecco cosa ci ha detto: "*Per noi di Burger King la pandemia non solo è stato un evento imprevedibile che ha contribuito al cambiamento delle abitudini e del comportamento dei consumatori, ma anche un acceleratore: abbiamo infatti voluto rendere il nostro modello di business sempre più flessibile e l'innovazione tecnologica è stata e continua a essere centrale. In particolare, oltre a una modalità di acquisto totalmente touchless per i nostri clienti, fondamentale è stata l'introduzione e lo sviluppo della nostra App proprietaria*".

Proprio grazie al continuo aggiornamento dell'applicazione, spiega l'intervistato, per BK è stato possibile rimanere in contatto con i propri clienti, sia attraverso uno scambio continuo di novità, lanci e attivazioni, sia con l'introduzione di una serie di servizi nuovi e ingaggianti, come la possibilità di ordinare tramite diversi canali: Click and Collect, Take Away e Drive Thru. Non solo: come ovvia conseguenza della pandemia e dell'impossibilità a uscire di casa, il delivery online ha subito un'impennata.

Tutte facilitazioni nate dall'impegno del team Marketing & Digital aziendale, costantemente al lavoro per l'introduzione di nuove soluzioni tecnologiche. Ciò non toglie nulla, peraltro, al rapporto umano più tradizionale: "*L'accoglienza fisica all'interno dei nostri ristoranti e la qualità del nostro servizio continuano a rimanere centrali, andando di pari passo con il lavoro sull'innovazione*", precisa Derycke. E aggiunge a riguardo: "*In Burger King® abbiamo un sistema informatico aperto e in continua evoluzione; ad oggi, i canali digitali attivi sulla quasi totalità della rete sono il Mobile Ordering, la consegna a domicilio e i chioschi digitali presenti in tutti i ristoranti, con user experience e interfaccia continuamente aggiornate. Anche la nostra App viene aggiornata e implementata, con la possibilità di usufruire del Loyalty Program, coupon e offerte speciali, oltre alla cosiddetta fun zone (l'area dedicata a intrattenere i clienti che viene attivata a seconda delle attività in essere)*".

In particolare, l'11 settembre è stato lanciato all'interno dell'App un programma fedeltà chiamato "*BE THE KING*" con delle offerte sempre più personalizzate grazie all'analisi dei comportamenti di acquisto dei fruitori, unito all'uso del CRM: "*Il Loyalty program funzionerà in ottica di reward: i clienti più fidelizzati avranno modo di accumulare punti e ricevere dei vantaggi, che si rinnoveranno continuamente per essere sempre attrattivi*".

American food in salsa italiana

Veniamo ora all'offerta f&b vera e propria, che rimane ovviamente il cuore dell'attività del food brand.

Come si è evoluta tale proposta e come si evolverà negli anni a venire? Lo abbiamo chiesto al general manager di BK. Ecco cosa ci ha risposto: "*Ormai da tempo in Burger King abbiamo intrapreso un percorso di miglioramento continuo, promuovendo ingredienti genuini, di origine controllata; non a caso siamo stati la prima, e per ora unica azienda della ristorazione veloce a eliminare dal menu tutti gli ingredienti contenenti conservanti, coloranti e aromi di origine artificiale. Nonostante siamo associati al gusto americano, anche per la tipica carne grigliata a fuoco vivo, a partire dal 2021 abbiamo deciso di investire sul patrimonio gastronomico italiano, per dare ai nostri clienti un'offerta sempre più ampia, basata anche su prodotti tipici della tradizione tricolore*".

Di qui il lancio della linea di panini Italian Kings, come il The Parmigiano Reggiano Burger e il The 'Nduja Burger, oltre al The

KEVIN DERYCKE, general manager Burger King Italia

Pecorino Romano and Scamorza Burger.

L'ultima novità della linea *Italian Kings* è il Prosciutto di Parma Burger, disponibile nei ristoranti Burger King dalla fine del 2022. Non solo agli amanti dell'offerta made in Italy ha pensato BK. Anche a un'altra categoria di consumatori è sempre più ambita e … coccolata. Si tratta dei flexitariani. Riprende Derycke: "*Abbiamo lavorato per aumentare le possibilità di scelta dei nostri clienti, incontrando anche le esigenze di chi è orientato a una dieta flexitariana: infatti, a partire dal 2021 abbiamo introdotto nel menu diversi prodotti a base di proteine vegetali, come i Plant-Based Chicken Nuggets, seguiti dal Plant-Based Nuggets Burger e dalla Veggie Steakhouse, lanciata ad aprile di quest'anno*".

Sviluppo e formazione

Parlando a questo punto di sviluppo, il manager ha le idee chiare: "*Continueremo a puntare su una crescita consistente, con l'apertura di nuovi ristoranti affiliati insieme ai nostri partner franchisee, e ristoranti di proprietà diretta in tutta Italia. Continuare quindi a investire sui sapori e le eccellenze del patrimonio gastronomico italiano. Stiamo anche puntando a inserire come standard nei nostri ristoranti il BK Cafè, oltre a nuove formule legate al servizio: sia all'interno dei ristoranti, come il servizio al tavolo, sia in formato digitale, attraverso l'App Burger King. Infine, continueremo rafforzare il nostro impegno per la sostenibilità, investendo in particolare nella linea Plant-Based*".

Non potevamo non toccare un tema molto caldo, attualmente: la ricerca e la gestione del personale. "*La formazione è senz'altro un punto a cui teniamo moltissimo, sia per trasferire le procedure e gli standard elevati del marchio, sia per garantire supporto e gli strumenti necessari per avviare l'attività*", precisa Derycke. "*Per diventare crew di Burger King non è indispensabile una formazione pregressa, tanto che ogni anno in Italia creiamo da zero oltre 1.000 crew. Oltre alla teoria, ogni nuova risorsa può contare su un training on the job della durata di due settimane su tutte le postazioni, oltre che la formazione con strumenti digitali. In particolare, nel periodo della pandemia abbiamo voluto integrare la formazione tradizionale on the job - che rimane ancora cruciale - con i più evoluti sistemi digitali di e-learning tramite App, in linea con la giovanissima età dei nostri dipendenti in larga parte appartenenti alla generazione Z (con un'età media 26 anni). Infine, abbiamo istituito 10 locali scuola lungo tutto il territorio italiano, per essere ancora più capillari, andando incontro proprio al fenomeno della southernification*".

Prospettive **rassicuranti**

Nonostante il raffreddamento della domanda, le azioni intraprese da tutte le aziende del comparto, sia sul fronte della ricerca e sviluppo prodotto sia su quello del rafforzamento delle reti commerciali, lasciano spazio a un cauto ottimismo

di C. Lovisatti

UNWTO, l'Agenzia delle Nazioni Unite che studia a livello mondiale le tendenze del mondo del Turismo nella sua ultima pubblicazione (UNWTO World Tourism Barometer ed. May 2023) registra un eccellente avvio dei flussi turistici nel primo trimestre del corrente anno con una decisa tendenza verso il recupero dei valori di picco raggiunti nel 2019.
In particolare tre aree portano indicatori già superiori a quel periodo: Europa mediterranea (+1%) Nord Africa (+4%) e Medio Oriente (+15%).
Pur a fronte di questa più che positiva situazione, la stessa organizzazione rileva l'affacciarsi di segnali in grado di provocare un rallentamento della tendenza in atto: inflazione a due cifre, crescita fuori controllo dei costi degli spostamenti aerei ed in generale livelli elevati di rincari dell'alberghiera e della ristorazione. Alla data di redazione di questo documento (agosto 2023) non sono disponibili dati aggiornati sui flussi turistici ma tutte le prime valutazioni parlano di un andamento positivo della domanda nella parte centrale dell'anno ed una prevedibile lieve contrazione nel quarto trimestre.
Il clima generale di fiducia presso gli operatori del settore non può che rispecchiare questo continuo alternarsi di segnali positivi e negativi con una conseguente leggera caduta della propensione agli investimenti, in particolare in beni durevoli, legata essenzialmente ai costi di accesso al credito.
Solo a titolo esemplificativo si riporta quanto in proposito rilevato dall'ultima indagine congiunturale **FIPE** (Indagine congiunturale sulla ristorazione commerciale - II trimestre 2023) e relativa al mercato italiano. L'indagine evidenzia una significativa crescita dell'indicatore sintetico del clima di fiducia che raggiunge quota 113.5, positivo ormai da quattro trimestri e superiore allo stesso periodo dello scorso anno (112.0).
L'andamento del mercato delle attrezzature professionali per la ristorazione si inserisce quindi in un contesto sicuramente complesso in cui il trend positivo a breve della domanda si somma a prevedibili tensioni sul medio periodo ma comunque all'interno di un'attesa, positiva tendenza di lungo periodo: lo stesso UNWTO stima comunque una chiusura positiva del 2023 rispetto allo scorso anno ed un superamento dei risultati 2019 nel corso del 2024.

Indicatori di bilancio

Prima comunque di proporre alcune considerazioni per il futuro, ritengo interessante partire dall'analisi delle prestazioni del comparto delle attrezzature analizzando i principali indicatori di bilancio dello scorso anno.
I dati sono desunti dallo studio realizzato da StudiaBO (ufficio studi per imprese), l'Istituto di Ricerca che da anni collabora con EFCEM ITALIA nella realizzazione di ricerche specialistiche per il settore.
Lo studio completo sarà presentato, in occasione di HOST 2023, presso la La Food Technology Lounge di EFCEM Italia presso il pad. 10 – stand A90, A98, C89, C97 a Rho Fieramilano dal 13 al 17 ottobre.
Il 2022 si è chiuso con un fatturato al massimo livello da quando, nel 2004, è iniziato lo studio sistematico degli andamenti del comparto.
Sicuramente una crescita di oltre 19 punti sul 2021 e del 20% sul 2019, anno di riferimento per tutte le valutazioni post pandemiche, (vedi slide 1 a pag xx) è un dato estremamente positivo anche se, deflazionando gli indicatori, il livello di crescita risulta significativamente più contenuto pur rimanendo comunque un massimo storico.

EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione Confindustriale che, in APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità rappresentando i comparti della cottura, lavaggio e refrigerazione per tutte le linee di prodotto che vanno dalla conservazione degli alimenti alla loro lavorazione, alla cottura ed alla loro distribuzione, al lavaggio delle stoviglie ed al lavaggio e trattamento della biancheria e delle Macchine Arredamenti Attrezzature per Gelato. Un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno. L'Associazione rappresenta il settore italiano nell'ambito di EFCEM - European Federation of Catering Equipment Manufacturers

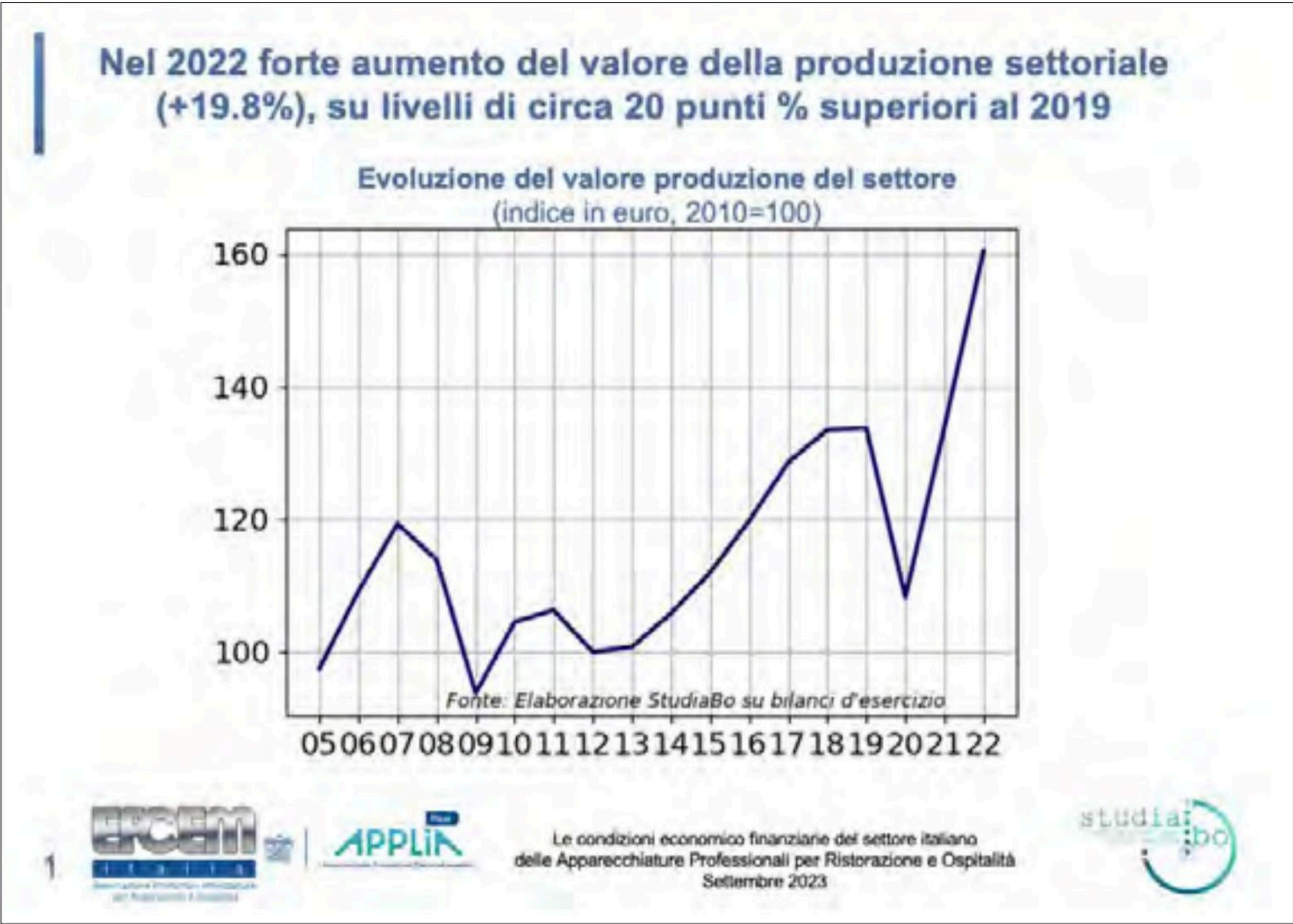
Tra le ragioni di questo risultato certamente ha giocato la positiva dinamica della domanda senza tuttavia sottovalutare l'ulteriore allargamento della copertura mondiale delle nostre produzioni ed una politica molto attenta di gestione dei prezzi che in molti casi ha preferito sacrificare una parte dei margini per garantire una maggior aggressività sul mercato.
I risultati economici hanno in parte risentito di queste strategie; l'EBITDA in % sul valore della produzione perde circa 3 decimi di punto rispetto al 2021 ma recupera sul 2019.
Ancora più positivo l'andamento del ROE in forte recupero rispetto al 2021 (vedi slide 2) migliorando i valori del 2019. Questi risultati hanno sicuramente contribuito ad affrontare con adeguate risorse la complessa fase di mercato che stiamo attraversando (slide 3) e confermano il posizionamento a livelli di eccellenza della produzione italiana ai vertici del mercato mondiale.
Italia, Cina, Stati Uniti e Germania sono i "Quattro Grandi" che coprono da soli quasi il 60% dell'intera produzione mondiale di attrezzature professionali di refrigerazione, cottura, lavaggio stoviglie lavaggio tessuti.
La filiera della ristorazione costituisce certamente uno dei cardini del Made in Italy. Tutti ricordiamo le tre "F" che da sempre costituiscono l'immagine dell'Italia a livello mondiale: Food, Fashion e Furniture.
Una filiera che certamente parte dall'agroalimentare per passare attraverso la tradizione culinaria italiana e le attrezzature per realizzarla per concludersi nell'immagine dei nostri locali, in Italia e nel mondo.
Utile a questo proposito ricordare che nella ristorazione tradizionale, la cucina italiana occupa un ruolo di particolare rilievo in tutti i grandi paesi del mondo.

LA CUCINA ITALIANA NEL MONDO

14%	del mercato cinese
33%	del mercato Americano
94%	del mercato Italiano
24%	del mercato Indiano
28%	del mercato Brasiliano
12%	del mercato Sudcoreano
7%	del mercato Giapponese
22%	del mercato Francese
16%	del mercato Tedesco
11%	del mercato Inglese
24%	del mercato Spagnolo

Un recente studio (2021), Deloitte stima che nel mondo la ristorazione commerciale italiana sviluppi un fatturato di oltre 200 miliardi di euro e costituisca oltre il 20% dell'intero giro d'affari mondiale della ristorazione tradizionale.
Molto interessante anche la valutazione del peso che la cucina ha in alcuni dei principali Paesi (vedi tabella sopra).
Di particolare interesse per l'intera filiera le iniziative mirate a valorizzare il ruolo internazionale della cucina Italiana. Tra queste da ricordare la candidatura della nostra gastronomia alla Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità promosso dall'Accademia Italiana della Cucina, dalla Fondazione Casa Artusi e dalla Rivista La cucina Italiana con il sostegno sia del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali che del Ministero della Cultura ed altre analoghe iniziative in fase di sviluppo che prevedibilmente verranno presentate al prossimo Host.

A proposito di attrezzature

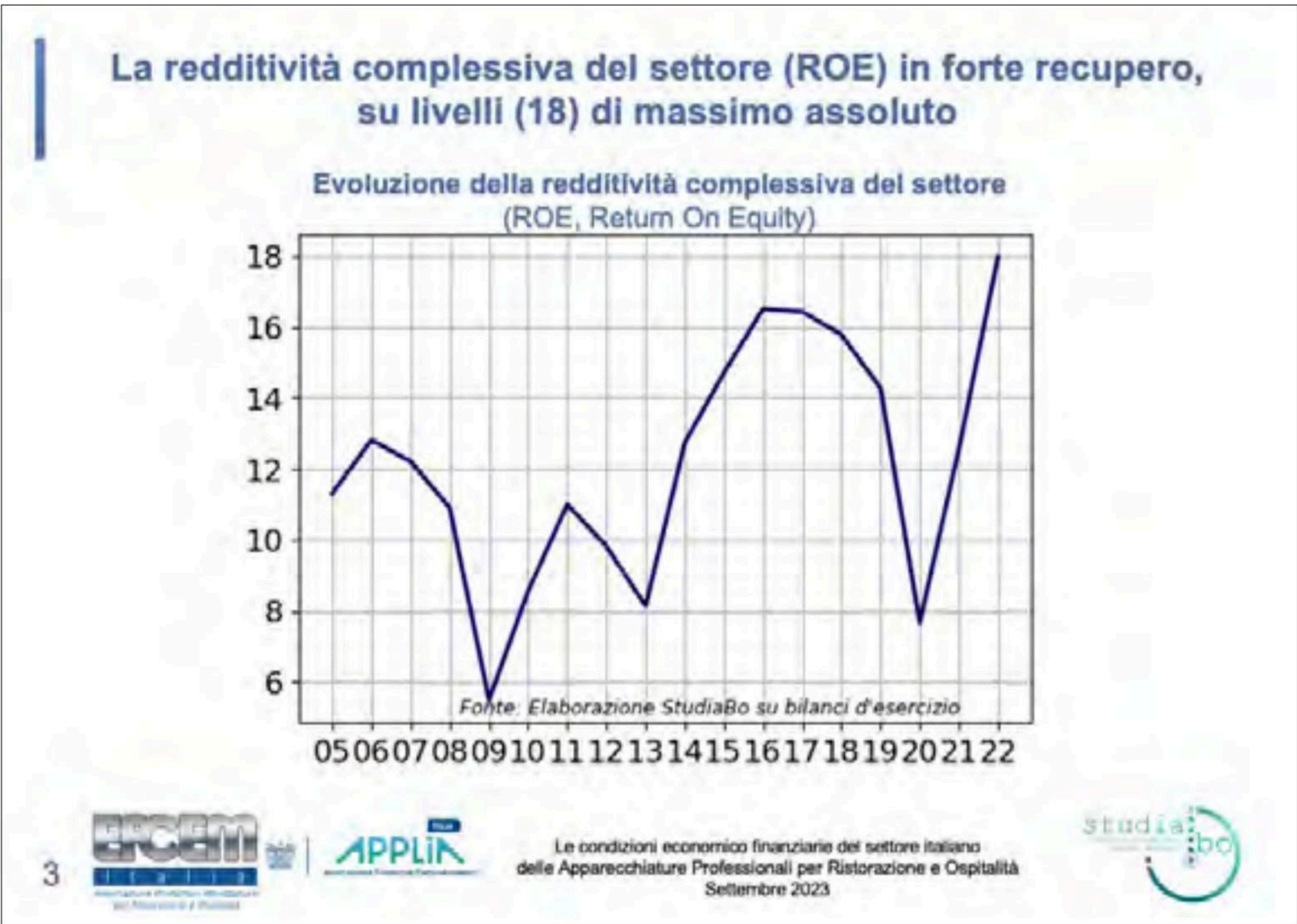
Tornando alle nostre attrezzature dopo questa divagazione gastronomica, chiuderei queste note con una valutazione del biennio 2023 - 2024 partendo dalla Indagine sull'andamento del comparto, indagine anche questa realizzata da Studiabo per EFCEM Italia.
L'Indagine, giunta ormai alla sedicesima edizione, rileva a livello trimestrale gli andamenti della domanda ed il sentiment delle aziende manifatturiere sulle tendenze a breve e medio termine.
Già alla fine dello scorso anno si sono iniziati a rilevare segnali di un certo raffreddamento della domanda, vuoi per l'esaurimento della spinta di "rimbalzo" del dopo pandemia vuoi per l'incertezza del quadro politico internazionale, incertezza che fisiologicamente porta alla riduzione della propensione agli investimenti.

Su tutto questo andamenti incontrollati dei costi a partire dall'energia ed in cascata di tutti i beni e servizi hanno reso ancora più incerto lo scenario dentro il quale ci siamo mossi nel 2023.

Senza entrare nei dettagli (disponibili contattando l'associazione), sulla base dei risultati di fatturato sino ad oggi conseguiti e dall'analisi del portafoglio ordini, è prevedibile che il corrente anno sia destinato a chiudere in leggera contrazione rispetto ai massimi storici conseguiti nel 2022. Se guardiamo dal lato della domanda, il mercato europeo nella sua globalità è atteso in contrazione con valori variabili tra il 5 ed il 7% mentre si prevede una sostanziale tenuta dei mercati extraeuropei dove le valutazioni vanno da 0 a -3%.

Quanto al mercato interno, che ricordiamo copre dal 15 al 22% del fatturato totale delle aziende del comparto, sembra essere quello che presenta le maggiori criticità con una contrazione prevista tra un 8 ed un 10%.

Giocano in questa valutazione l'avvio incerto della stagione estiva e le difficoltà di gestione di un' inflazione che sicuramente ha ridimensionato la capacità di spesa della clientela nazionale.

Tutt'altro che trascurabile inoltre la fase estremamente critica della ristorazione collettiva con le aziende fornitrici di servizi impegnate a gestire un'importante contrazione della domanda, in particolare nella ristorazione aziendale, sovrapposta agli aumenti generalizzati dei costi di produzione non trasferibili sui prezzi. Il 2023 trasferirà quindi al nuovo anno una serie di tensioni che prevedibilmente condizioneranno l'andamento della domanda, almeno nel primo trimestre.

Permane tuttavia una visione sicuramente ottimista supportata anche dalle attese di ritorno degli interventi che tutte le aziende stanno effettuando sia sul fronte della ricerca e sviluppo prodotto che sul fronte del rafforzamento delle reti commerciali. Un auspicio in chiusura, almeno per il mercato nazionale: che l'esperienza maturata con lo shock energetico porti tutti i protagonisti a maturare una maggior sensibilità sulla necessità di intervenire in chiave di transizione energetica in un settore che, non dimentichiamolo, è ancora uno dei più energivori del terziario.

Tendenze a **stelle e strisce**

L'appuntamento con il tradizionale report Technomic Top 500, ci restituisce una fotografia del mercato delle catene di ristoranti USA in buona salute, trainato dall'aumento dei prezzi e dallo sviluppo delle reti

La ristorazione organizzata negli States ha premuto l'acceleratore dello sviluppo nel 2023 nonostante la pressione inflazionistica e la carenza di manodopera. A generare quell'8,2% di crescita del giro d'affari globale ci ha pensato in gran parte l'aumento dei prezzi nei ristoranti.
Nel loro insieme le vendite delle prime 500 catene a stelle e strisce hanno raggiunto (secondo Technomic) i 392,8 miliardi dollari e il tasso di crescita (l'8.2% appunto…) è risultato addirittura doppio rispetto a quel 4,4% che ha rappresentato la percentuale di crescita media degli otto anni che hanno preceduto la pandemia. A rovinare l festa per l'exploit raggiunto ci ha pensato però… l'inflazione.
Nel contempo il numero dei locali inseriti nella Top 500, ha segnato il suo massimo crescendo dell'1,7% e toccando quota 230.005 unità.
Le prime 500 catene hanno sviluppato una rete di 3.770 ristoranti, recuperando difatto il numero di PDV chiusi a causa del Covid. La crescita è stata importante, soprattutto considerando le lungaggini che sono state rilevate nel rilascio delle autorizzazione per le nuove aperture, l'aumento dei costi di realizzazione delle location e una certa difficoltà nel reperire personale competente.
A voler ben vedere, il tasso di crescita unitaria è stato più lento di quanto non fosse negli anni precedenti la pandemia. Ma nel 2022 ben 25 catene hanno aperto 50 o più ristoranti, con Starbucks che ne ha avviate più di 400, e Crumbl Cookies, il franchise di biscotti in rapida crescita negli USA, che ha ampliato la propria rete con più di 300 nuovi pdv.
Va da sè che nel riavviare i motori dopo la pandemia la ristorazione statunitense così come in altre parti del mondo, ha evidenziato una ripresa molto più vigorosa fra le catene rispetto ai ristoranti indipendenti.
Di conseguenza, non stupisce che le vendite generate dalle 500 maggiori catene di ristoranti rappresentino quasi il 60% delle vendite totali del settore della ristorazione rispetto all 53% fatto registrare nel 2019.
C'è poi da sottolineare che il 43% delle vendite generate dalla Top 500 deriva dalle 10 maggiori catene della classifica, che nel loro insieme hanno sviluppato un fatturato di 170 miliardi di dollari.
Tanto per capirci dall'analisi Technomic si evince che: un quarto di tutte le vendite di ristoranti statunitensi proviene da: McDonald's, Starbucks, Chick-fil-A, Taco Bell, Wendy's, Dunkin', Burger King, Subway, Domino's e Chipotle Mexican Grill.
McDonald's, come ogni anno da quando esiste questa classifica, si conferma la più grande catena di ristoranti negli Stati Uniti, con un fatturato di quasi 50 miliardi di dollari. E il brand nel 2022 è riuscita a evitare chiusure lo scorso anno per la prima volta in quasi un decennio. Le catene a tema pollo hanno continuato a prosperare lo scorso anno, in gran parte grazie a tre format: Chick-fil-A, Raising Cane's e Wingstop.
Le vendite del sistema di Chick-fil-A sono aumentate del 13% e hanno raggiunto quota 18,8 miliardi di dollari e quelle di Cane sono aumentate del 31% (3,1 miliardi di dollari).

Wingstop, nel frattempo, ha ampliato il menu aggiungendo un sandwich al pollo, operazione che gli ha consentito di mantenere il suo forte slancio post pandemia e aumentare le vendite del 17% toccando quota 2,5 miliardi di dollari.
Ci sono anche alcuni nuovi arrivati. Dave's Hot Chicken è una delle catene in più rapida crescita negli Stati Uniti, con un aumento delle vendite del 156%. Jollibee, il concetto di pollo filippino, è cresciuto del 24%. Ma molti altri chicken restaurant come Popeyes, KFC, Church's Texas Chicken, hanno faticato a crescere. Complessivamente, le vendite delle catene di pollo fast food sono cresciute dell'11% nel 2022.

Cala la pizza

A perdere slancio, invece, è stato il settore della pizza. Le quattro più grandi catene di pizzerie negli Stati Uniti, Domino's, Pizza Hut, Little Caesars e Papa Johns, hanno generato ciascuna una crescita delle vendite inferiore al 2,3%.
In generale il giro d'affari sotteso dalla pizza nella Top 500 è cresciuto solo del 2% dopo l'impennata di vendite durante la pandemia. A dare il via a questo trend

TOP 30 CATENE USA

Catena	Vendite (euro.000)	Punti vendita	Offerta/menu
McDonald's	46.297.300	13.444	Burger
Starbucks	26.718.750	15.878	Coffee Cafe
Chick-fil-A	17.873.300	2.806	Chicken
Taco Bell	13.157.500	7.198	Mexican
Wendy's	11.109.300	5.994	Burger
Dunkin'	10.715.050	9.370	Coffee Cafe
Burger King	9.764.100	7.042	Burger
Subway	9.287.200	20.576	Sandwich
Domino's	8.314.400	6.686	Pizza
Chipotle Mexican Grill	8.130.100	3.129	Mexican
Panera Bread	5.842.500	2.121	Sandwich
Sonic Drive-In	5.224.050	3.546	Burger
Pizza Hut	5.212.650	6.561	Pizza
Panda Express	5.080.600	2.374	Asian/Noodle
KFC	4.832.650	3.918	Chicken
Popeyes	4.750.950	2.921	Chicken
Olive Garden	4.462.150	887	Italian/Pizza
Dairy Queen	4.350.050	4.307	Frozen Dessert
Arby's	4.308.250	3.415	Sandwich
Applebee's	4.143.900	1.569	Varied Menu
Little Caesars	4.086.900	4.173	Pizza
Texas Roadhouse	4.001.400	614	Steak
Jack in the Box	3.905.450	2.181	Burger
Buffalo Wild Wings	3.740.150	1.242	Sports Bar
Chili's Grill & Bar	3.571.050	1.227	Varied Menu
Papa Johns	3.513.100	3.180	Pizza
Whataburger	3.173.000	925	Burger
IHOP	3.057.100	1.667	Family Style
Raising Cane's	2.962.100	646	Chicken
Culver's	2.688.500	893	Burger

Fonte: report Technomic Top 500

pare ci sia una sorta di "stanchezza" dei consumatori nei confronti di questo prodotto e l'aumento dei costi dettati dall'inflazione che ha indotto buona parte della clientela a optare per la pizza surgelata.
Anche alcune altre catene che hanno prosperato durante la pandemia sono rimaste, per così dire, al palo.
Un esempio?… Sonic Drive-In, che hanno fatto festa quando i clienti per tenersi lontano dai contagi si sono riversati nei loro drive-in e hanno mangiato dalle loro auto mentre l'anno scorso, con la normalizzazione degli affari, hanno subito un calo delle vendite del 5,8%.
In miglioramento il settore dei ristoranti con servizio al tavolo che stando al report Top 500 ha portato a un giro d'affari di 84 miliardi di dollari, in aumento rispetto al 2019.
Bene anche due colossi del casual dining a stelle e strisce come Olive Garden le cui vendite sono aumentate del 12% lo scorso anno ($ 4,7 miliardi) e Texas Roadhouse.

Molti limiti **poche virtù**

Non c'è distinzione fra contratti di lavori pubblici e quelli di servizi. Questo in estrema sintesi il limite più evidente del nuovo codice degli appalti che così penalizza clamorosamente la ristorazione collettiva

Una manciata di settimane fa, Ristorando ha aggiunto ai suoi webinar il sesto appuntamento incentrato sul nuovo Codice degli Appalti.
Un evento molto atteso a cui si sono iscritte 495 persone a conferma dell'interesse suscitato dall'argomento fra gli addetti ai lavori.
A confrontarsi su un tema importante e delicato come quello degli appalti pubblici sono stati chiamati: **Corrado Giannone** tecnologo alimentare, collaboratore di Ristorando (che ha coordinato il dibattito); **Eugenio Dalli Cardillo** dello Studio Legale Cardillo; **Luigi Micello**, Direttore Settore Acquisti ed Edilizia dell'Università degli studi di Brescia; **Laura Mongiello** Presidente dell'Ordine Nazionale Tecnologi Alimentari; **Massimo Piacenti** Presidente di ANIR Confindustria; **Mario Romano** Responsabile Ristorazione Consip e **Carlo Scarsciotti** Presidente ANGEM e Portavoce Oricon.
Tante figure autorevoli si sono date da fare per un pomeriggio intero nel cercare di tracciare scenari di buon senso sull'impatto del nuovo corpo normativo sul catering per le collettività, prendendo in considerazione gli articoli che più generano dubbi interpretativi.
Quale sarà l'orientamento dei nuovi bandi di ristorazione? Saranno oggetto tempestivo di impugnazioni e contenziosi? Vi dicamo subito che la risposta a queste domande non la troverete qualche riga più in là. Quello che vi suggeriamo è, se avete la possibilità di farlo, di approfondire l'argomento andando a vedere la registrazione del webinar utilizzando il QR code che trovate in fondo a queste pagine.
Le premesse però, non sono delle migliori.
A cominciare dalla semplificazione che ci si aspettava da questa nuova versione del codice che, invece, si articola su ben 229 articoli, 36 allegati e con date di entrata in vigore scaglionate.
Ma la critica più accesa si riferisce al fatto che i servizi di ristorazione avrebbero dovuto essere contemplati attraverso apposite linee guida, orientamenti e precisazioni e non con un codice che come dice il presidente Scarsciotti: "*È stato fatto da qualcuno che aveva in mente ponti, strade e ferrovie*".
"*La ristorazione storicamente* - aggiunge l'avvocato Dalli Cardillo - *sia nel primo codice che nel secondo codice è sempre stata accorpata nella disciplina relativa ai servizi alla persona aspetto molto importante dal momento che parliamo di un servizio che è a metà fra attività d'impresa e servizio socialmente utile e come tale avrebbe meritato una disciplina di tipo diverso rispetto ai servizi che sono attività d'impresa pura*".
In buona sostanza, la ristorazione in questo codice entra in punta di piedi al punto che non è fuori luogo immaginare che creerà una serie di problemi interpretativi sia sul fronte delle stazioni appaltanti sia alle imprese di ristorazione. Situazione da scongiurare con una serie di correttivi adeguati.
Anche per Massimo Piacenti presidente ANIR, siamo di fronte a un codice degli appalti fatto frettolosamente per avere dall'Europa i finanziamenti del

TUTTI I NUMERI DEL WEBINAR

Titolo:
Come cambia la Ristorazione Collettiva alla luce del Nuovo Codice degli Appalti
Numero iscritti: **495**
Durata: **275 minuti**
Visualizzatori unici: **298**
Utenti totali: **526**
Rappresentanti di comuni e regioni: **18%**
Università: **5%**
Studi professionali: **16%**
SRC: **28%**
Fornitori derrate alimentari: **12%**
Liberi professionisti: **15%**
Altro: **6%**

Pnrr e quindi con un'impronta chiarissima sui lavori e non sui servizi. Per i servizi di ristorazione collettiva, che da tempo denunciano il mancato riconoscimento dell'aumento dei costi sostenuti e senza un adeguato meccanismo di revisione dei prezzi, si profila una crisi strutturale, che sta già producendo la mancata partecipazione a gare che interessano il servizio di ristorazione in scuole e ospedali da parte di molti operatori.

GUARDA IL VIDEO DEL WEBINAR

Un veg **inarrestabile**

La proposta vegetale conquista i mercati della ristorazione, grazie al desiderio dei clienti di provare sapori e cibi che riducono allo stesso tempo l'impatto sull'ambiente

di M.L.Andreis

Mangia che ti passa: mai come oggi questa antica massima è – tornata, o diventata – di moda. Il cibo è sì un piacere innanzitutto per il palato ma, sempre più spesso, "deve" essere un toccasana (anche) per il corpo.
Corollario di questa tendenza (moda?...) salutista, c'è una proposta food che, su tutte, ha preso piede per consentire di mangiare bene e/ma in modo sano: la dieta vegana. Giocoforza, di tale dinamica è manifestazione e al contempo alimento l'offerta veg nel mondo della ristorazione in tutte le sue declinazioni, dalle mense scolastiche, dove al largo impiego dei prodotti bio si accompagna sempre più spesso la presenza più o meno saltuaria di piatti vegetariani e/o vegani alla ristorazione commerciale, con un numero crescente di format che integrano i propri menu con proposte vegetali, per arrivare al fine dining, dove non mancano ormai ristoranti anche stellati dove mangiare veg.

Un passo indietro

Ma cosa c'è alla base della dieta vegana?
Il veganismo (o veganesimo) è un movimento che ha una genesi per così dire ideologica, alla cui base c'è la scelta di un vero e proprio stile di vita, di cui l'alimentazione è ovviamente caposaldo, che considera giusto (se non morale…) utilizzare solo risorse che non siano in alcun modo di origine animale. Ergo, il vegano elimina tutto ciò che ha tale provenienza. È dunque un modello che impegna il suo fautore a 360°, dall'abbigliamento

al cibo, nello sforzo di impattare il meno possibile sull'ambiente attraverso le proprie azioni.
Se nel campo del vestiario essere vegani significa non usare ad esempio capi di lana o di seta, in quello del food si traduce nel non mangiare carne e derivati animali, escludendo dunque dalla dieta anche latticini, miele, pesce, uova, eccetera. A chi obietta che un modello nutrizionale siffatto comporta carenze in proteine nobili derivanti dalla carne, il vegano doc risponde che per sopperire a tale mancanza basta consumare tutti i giorni piatti unici a base di cereali, legumi integrali e semi oleosi, poiché la loro composizione sostituisce a livello energetico la suddetta scarsità. Frutta secca, semi e legumi, oltre ad essere fonti di energia e dunque alimenti energizzanti, sono infatti molto nutrienti, come dimostra, a detta di chi è vegano, l'adozione di questa dieta da parte di alcuni sportivi. E in caso di intolleranze a lieviti, glutine, soia e frumento? Anche in questo caso l'ostacolo è superabile grazie alla dieta rotazionale, che prevede di inserire gli alimenti "incriminati" ogni 72 ore, per non più di due volte a settimana.
Anche se il veganesimo tout court è tutto sommato ancora limitato (al contrario del vegetarianesimo, che conta ormai un 10% di adepti tra gli italiani), e la popolazione dello Stivale è costituita prevalentemente da onnivori, i consumatori di casa nostra prestano sempre più attenzione al consumo di proteine animali. Sono infatti 2 su 3 (67%) coloro che dichiarano di aver ridotto i consumi di carne e pesce, principalmente per motivi di salute (45%), ma anche per un'attenzione al tema della sostenibilità (28%).
Insomma: il carattere green e sostenibile dell'alimentazione vegana è alle origini della crescente richiesta non solo di piatti e pietanze ma di veri e propri ristoranti vegetariani/vegani. Ecco perché, accanto alle proposte studiate ad hoc per strizzare l'occhio ai vegani, introducendo nei menu proposte vegetali, sono nati anche format dove tutto è vegano. Questo trend è suffragato da numerose ricerche che non solo analizzano lo stato dell'arte attuale ma lo mettono a confronto con la situazione dieci anni fa.

La forza dei numeri

Per quanto attiene al primo aspetto, illuminanti i numeri emersi da una indagine realizzata da **Just Eat** con **BVA Doxa**. Ebbene, analizzando i dati di vendita registrati dall'app per la consegna dei pasti congiuntamente al sondaggio condotto da Doxa tra i clienti dei ristoranti italiani, emerge in primis che il 14% del campione si dichiara propenso a provare un regime alimentare vegano nei prossimi 12 mesi, percentuale che lievita al 32% se il periodo di "prova" di una dieta totalmente "verde" fosse limitato a 3-6 mesi.
Il 57% degli intervistati riconosce alla scelta vegana un basso impatto ambientale, il 55% una salubrità senza pari. Dati confermati dalle ordinazioni su Just Eat: il 28% degli italiani ha ordinato piatti vegani. Non solo: è aumentato del 31% il numero di ristoranti veg presenti sulla piattaforma. Tra i piatti vegetali più richiesti ci sono hamburger, pizze (in generale), pizza marinara, vegan poke, panini, uramaki vegan roll, insalate, sushi vegano, pizza margherita, cornetto dolce.
Sul versante biologico poi, anche **Biobank** conferma come la richiesta di prodotti bio abbia provocato una vera e propria rivoluzione in ambito gdo: se in passato erano reperibili solo nelle catene specializzate, ora queste referenze rientrano nell'assortimento "classico" della grande distribuzione (basti pensare che nei supermercati *Coop* si trovano fino a 950 prodotti biologici). Ma un altro elemento la dice lunga sul crescente appeal dei prodotti bio: sono strategici per le vendite complessive dei supermercati poiché la loro semplice presenza sugli scaffali fa da calamita per i consumatori, portandoli a una spesa complessiva maggiore.
E non è tutto: il *Food Trends & Innovation Report* di **HelloFresh** (gruppo globale di soluzioni alimentari leader nel settore dei meal-kit) condotta dall'istituto di ricerca **Censuswide** su un campione di 11.500 adulti in 16 Paesi, mette a sua volta in evidenza come sia aumentata l'attenzione verso un consumo responsabile e sostenibile di molti consumatori: il 47% degli intervistati prevede infatti di utilizzare più ingredienti di provenienza locale in futuro, mentre un altro 43% presterà maggiore attenzione all'origine generale del cibo che acquista. Ergo, minimizzare gli sprechi e acquistare da una filiera più sostenibile saranno la priorità per il 30% dei consumatori.
Insomma: provenienza del cibo, propensione a una spesa maggiore se giustificata dalla qualità, sostenibilità degli acquisti sono le parole d'ordine per il prossimo futuro.

La materia prima

Già, il futuro: analizzando i cambiamenti avvenuti negli ultimi dieci anni, si evince come un terzo degli italiani abbia mostrato sempre maggiore attenzione a

un regime alimentare vario e bilanciato. Una sensibilità che non pare destinata a invertire la rotta negli anni a venire, complici anche i cambiamenti climatici e le proteste, specie dei giovani, a favore di un mondo, di un'economia, di un approccio al consumo e alla vita più equilibrato, consapevole, rispettoso. Insomma: green.

Sullo sfondo, per altro, ci sono anche ragioni quantitative a determinare la maggiore propensione alla sperimentazione (anche) della dieta vegana: la varietà di pasti disponibili per il consumatore medio è aumentata sensibilmente negli ultimi 10 anni. Ecco spiegato perché il 52% degli intervistati per il report HelloFresh si dice desideroso di sperimentare nuovi tipi di cucina e il 34% desidera usare ingredienti diversi.

Non sorprende dunque il proliferare di proposte vegane, sia da parte di catene che ne fanno una delle possibili alternative nel loro menu, sia da parte di chi si orienta in esclusiva verso questi clienti, e, più in generale, verso quel 10% di vegetariani che sono più che disposti a farsi… attrarre da piatti golosi e accattivanti. Non basta: il consumatore non è solo più responsabile oggi ma anche più avveduto. Ecco allora che sarà/è utile indicare l'origine e le caratteristiche delle materie prime impiegate nella preparazione delle pietanze: che si tratti di prodotti del territorio, da filiera corta o a kilometro zero, ammesso e non concesso siano più o meno sinonimi, prevale su tutto l'esigenza di spiegare al consumatore cosa c'è nel piatto e da dove arriva. E da chi. Quindi spazio anche all'elenco dei produttori da cui il ristorante si rifornisce. Oltre al localismo, un'altra esigenza imprescindibile da soddisfare è come detto quella della ricerca di nuovi sapori. Che non significa solo impiego di alimenti esotici, che ormai vengono prodotti anche in Italia (portato della moda sì ma anche del cambiamento climatico…), ma la riscoperta e il riutilizzo di non pochi cibi trascurati e messi da parte nel tempo.

Questi must valgono sia nella ristorazione commerciale che in quella di più alto livello, fine dining e dintorni. Anche i menu degustazione devono essere bilanciati sotto il profilo nutrizionale oltre che buoni, accattivanti, belli (leggi instagrammabili…) e in grado di evitare sprechi.

Dal fast casual al fine dining

È sotto l'occhio di tutti come numerose catene di ristorazione abbiano contribuito a diffondere il "verbo" vegano e vegetariano in giro per l'Italia. Tra tutte, una delle prime a proporre questa alternativa ai consumatori è stata senz'altro **Flower Burger**.

Un concept nato dall'idea di **Matteo Toto**, che ha intrapreso un viaggio alla scoperta di gusti e sapori nuovi, alla ricerca del punto d'incontro perfetto tra l'hamburger e la cucina vegana. Risultato: la catena nata nel 2015 a Milano (dove oggi ha 5 location) è ormai approdata in diverse città italiane e anche all'estero (Francia e Paesi Bassi), dove ha portato i suoi coloratissimi panini (tra i 7 e i 9,50 euro) completamente vegani, serviti con pani e salse dalle mille sfumature. Si passa dal pane giallo fatto con la curcuma, al viola grazie alla carota nera fino all'amatissimo rosa, ottenuto grazie all'estratto di ciliegia. Il team di Flower Burger è sempre alla ricerca di nuove colorazioni naturali e di nuovi ingredienti per stupire e colpire i clienti. Jungle Burger, Flower Burger e Cherry Bomb sono solo alcune delle proposte offerte accompagnate da patate profumate alla paprika, edamame o patatas buenas. Germogli di soia, tofu, ceci e quinoa sono ormai divenuti cibi del nostro quotidiano, che nei negozi della catena sono alla base della creazione di burger dai sapori inediti. Ma accanto alla proposta base, largo spazio anche a contorni, bowl, dolci e bevande, che si possono ordinare anche in delivery, magari "componendo" in autonomia il proprio menu preferito.

Passando dal fastcausal al fine dining, come detto anche l'alta ristorazione è stata conquistata dalla cucina veg. Ne è un esempio l'*Alta Cucina Naturale* del ristorante **Joia** di Milano, senza ombra di dubbio il locale apripista della dieta vegetale a questo livello di offerta.

Svizzero di nascita ma italiano d'adozione, il patron e deus ex machina del locale meneghino è lo chef **Pietro Leemann**, cui va sicuramente ascritto un grande merito: essere stato davvero un precursore della proposta anzi, della cultura vegetariana non solo a Milano, dove gestisce il suo tempio della cucina vegetale in via Panfilo Castaldi 18, ma in tutta Italia.

Capace di unire a una creatività culinaria da vero maestro dell'alta gastronomia un non trascurabile spessore culturale, necessario alla miglior scelta di materie prime e ingredienti, la vita di Leemann ha la sua "epifania" professionale nel 1976 quando incontra, allora 15enne, lo chef Angelo Conti Rossini. In seguito, la sua formazione prosegue al fianco di grandi nomi della cucina come Michel Colin e Gualtiero Marchesi. Dopo aver lavorato e viaggiato in tutto il mondo, nell'ormai lontano (e non sospetto, *sic!*) 1989 apre il Joia, che, pochi anni dopo, siamo nel 1996, diventa il primo ristorante vegetariano in Europa a ricevere la stella Michelin. Ancor oggi, è il suo il solo locale di questo tipo in Italia a poter vantare un *macaron* conferito dalla Rossa. Merito di un ambiente minimal ma accogliente, dove i clienti possono gustare due menu degustazione a cena (uno da 8 portate al costo di 130 e uno da 6 portate a 120) così come a pranzo, quando però si aggiungono due formule più accessibili: accanto a

un piccolo menu da 3 portate, è possibile ordinare infatti "Il piatto quadro", l'ormai classica proposta del giorno che combina 4 (a 25 euro) o 5 assaggi (a 30) con acqua e caffè inclusi.
Il bagaglio di esperienze e di cultura culinaria che rivela nei suoi piatti, chef Leemann lo ha anche codificato in numerose pubblicazioni sulla cucina veg: *La mia cucina vegetariana in casa; Come fare... I vegetali in cucina. Ricette e segreti per cucinare ad arte e con gusto; Il sale della vita. Un cuoco vegetariano alla ricerca della verità; Il codice della cucina vegetariana*.

Il trait d'union

Se in apparenza poco hanno da spartire le proposte di un format della ristorazione a catena con quelle di un ristorante stellato, c'è invece un trait d'union che le accomuna: il ricorso alle referenze studiate, realizzate e commercializzate da un numero via via crescente di aziende specializzate nella produzione di prodotti vegetali. **Planted** è una di queste, e la qualità della sua ampia gamma di prodotto è testimoniata dal fatto che la start up svizzera rifornisce sia Flower Burger che il Joia di leemann.
Con ordine: Planted nasce nel 2019 come spin-off del Politecnico di Zurigo (ETH) dall'idea di 4 giovani fondatori: **Pascal Bieri**, **Lukas Böni**, **Christoph Jenny** ed **Eric Stirnemann**. Osservando il crescente mercato dei sostituti della carne su scala globale negli ultimi anni, i nostri quattro ne hanno intravisto potenzialità e limiti: da un lato, la possibilità di offrire ai consumatori prodotti vicini per gusto e texture alla carne animale, dall'altro lunghe liste ingredienti e la presenza di molti additivi, a scapito della naturalità e salubrità del prodotto. I founder della start up hanno deciso di puntare tutto sull'etichetta più pulita e naturale possibile, utilizzando pochissimi ingredienti e tutti di provenienza europea: ciò che distingue i prodotti Planted è l'impiego della farina di piselli come fonte proteica, senza alcun utilizzo di soia o proteine del frumento. Dopo la prima fase di incubazione presso l'ETH, la start up ha acquisito nel 2020 un proprio stabilimento produttivo a Kemptthal, un polo industriale di fine 800 della ex Brodi Maggi in provincia di Zurigo. È qui che vengono prodotte circa 10 tonnellate di referenze appartenenti a 12 linee, il tutto sotto una teca di vetro, nell'ottica di offrire la massima trasparenza ai clienti, che possono visitare l'impianto.
Il reparto di Ricerca e Sviluppo, che impiega 65 dipendenti, è il cuore dell'azienda, dove vengono studiate e applicate nuove tecnologie, che, combinate con il processo di estrusione, consentono di produrre le "carni" realizzate con ingredienti naturali e prive di additivi, impiegando materie prime europee (principalmente provenienti da Svizzera e Francia), zero soia e piselli come principale fonte proteica.
Adiacente al laboratorio R&S, è presente una cucina professionale in cui i tre chef di Planted testano i nuovi prodotti e ne studiano le possibili applicazioni.
Le 12 linee di prodotto sono identiche per tutti i canali, ma con differenze di conservazione e di formato. Per l'horeca il surgelato in formati 2 kg, per la GDO il refrigerato da 160 g (e solo i prodotti panati gelo). L'azienda è anche attiva nel canale online, con un e-commerce di proprietà che spedisce in tutta Italia e canali di quick-commerce, come Glovo e Amazon Fresh.
Diverse sono le catene di ristorazione che utilizzano i prodotti di Planted: **Kebhouze**, ad esempio, ha reso celebre il Planted kebab, che all'interno del menu onnivoro della catena è diventato un prodotto di punta, apprezzato da vegani e non. **I Love Poke**, a sua volta, da più di un anno i bocconcini di Planted.chicken completano l'offerta vegana della catena, protagonisti di bowl stagionali ricche di gusto e ingredienti sani. E poi, come anticipato, c'è il marchio pioniere nel mercato, **Flower Burger**, che ha usato i prodotti di Planted come alternativa vegetale alla carne per realizzare i suoi coloratissimi burger, le piadine e le insalate, grazie a una marinatura studiata ad hoc nei laboratori della catena. Ma non c'è solo la ristorazione a catena tra i clienti della start up, che collabora anche con chef d'alta cucina, i quali hanno un ruolo attivo nella creazione di nuovi prodotti, marinature e ricettazioni. In Italia, ad esempio, l'azienda svizzera si avvale dell'esperienza dello chef **Pietro Leemann**, come visto pioniere della cucina vegetale con il suo ristorante Joia, dove alcuni piatti sono appunto realizzati con i prodotti di Planted. Di cui apprezza innovazione e gusto anche **Antonio Guida**, che da settembre 2023 ha inserito nel menu del ristorante **Mandarin Garden** dell'*Hotel Mandarin Oriental Milano* il filetto della start up: simile al petto di pollo, è il primo prodotto a taglio intero creato da Planted.
Per il futuro, l'azienda mira a entrare nelle principali catene di supermercati su tutto il territorio italiano, aumentando la presenza a scaffale dell'intera gamma. Punta inoltre a consolidare la leadership nel mondo del foodservice, rafforzando la propria presenza anche nei segmenti ristorazione collettiva e veloce, travel e hospitality.

CHEF PIETRO LEEMANN,
patron Joia Milano

La porcellana a **misura di cliente**

Passione e duro lavoro: ecco i pilastri alla base della storia e dell'attività del marchio di porcellane destinate al mondo Ho.Re.Ca

La storia di **ROYALE®** è fatta di **passione e di "duro lavoro"**. Passione per un prodotto: **la porcellana**; e per un mercato, quello della ristorazione in cui, a vari livelli, è leader indiscusso da oltre trent'anni. "E quando il 'sentimento' incontra la 'tenacia' e la 'perseveranza' allora nasce la competenza, parola tanto in voga oggigiorno ma altrettanto difficile da trovare, soprattutto nell'ambito della produzione made in Italy di articoli professionali, un mercato da tempo 'ceduto' a fabbriche estere, tese a realizzare gli stessi identici contenuti, ma a basso costo": così spiega con queste parole **Angelo Fanfarillo**, vice presidente del gruppo che comprenda il marchio accanto a **CIFA SRL - Centro Italiano Forniture Alberghiere**.

Una storia di famiglia

Azienda nella quale si riflette **la storia della famiglia dei proprietari**, **i Fanfarillo**, che interseca prima le diverse culture del paese "da nord a sud dello Stivale" e poi il passaggio "di generazione in generazione", riuscendo ogni volta a "tirare fuori" il meglio che sia la diversità culturale che quella biologica possono offrire. L'azienda, guidata sempre orgogliosamente dalla famiglia, oggi alla seconda generazione, da oltre trent'anni produce e commercializza **articoli per la tavola** con un occhio sempre proteso alla ricerca della massima qualità.

ANGELO FANFARILLO,
vice presidente

Se inizialmente la produzione era limitata ad articoli di grandi dimensioni come le pirofile da forno, che hanno fatto grande il nome di ROYALE nel mondo, la "vicinanza" e il confronto costruttivo con gli chef pluripremiati che gravitano nell'hinterland milanese e che quasi giornalmente visitano CIFA® – altra azienda del gruppo – hanno portato allo sviluppo del **marchio SUMISURA®**: una gamma di articoli ultraleggeri e funzionali, rigorosamente prodotti a mano con materie prime purissime e dalle forme uniche e armoniose. "Veri e propri oggetti d'arte presenti oggi sulle tavole di oltre 370 stellati nel mondo", sottolinea il giovane manager e imprenditore.

L'ascesa

L'ascesa di ROYALE sul palcoscenico mondiale è dipesa anche dall'**esperienza trentennale** dei suoi collaboratori, che, giorno dopo giorno, condividono i valori e la visione aziendale, basata sulla "costante ricerca della qualità e innovazione di prodotto", riprende Fanfarillo, "senza dimenticare però la **tradizione e l'artigianalità** che ancora oggi consente di modellare e decorare ancora a mano le sue collezioni più preziose". Risultato: l'azienda è senza ombra di dubbio una **protagonista assoluta del mercato Ho.Re.Ca** con oltre 20 milioni di euro di fatturato, più di 80 collaboratori, 10.000 mq di HQ. Quali le chiavi di un successo che dura da oltre tre decenni? "Il nostro costante impegno è quello di coniugare una attenta ricerca e selezione degli articoli con una strategia di marketing chiara e vincente", ci dice il nostro interlocutore. Che va oltre e poi conclude: "Senza trascurare il ruolo fondamentale che ricopre una politica commerciale tesa a **soddisfare le esigenze della clientela** e che, in modo capillare, punta a raggiungere gli angoli più remoti del mercato nazionale e internazionale". Un **genuino "made in Italy"** insomma, riconosciuto e apprezzato dai professionisti della **ristorazione a 5 stelle di tutto il mondo**.

ROYALE S.R.L.
Sede Legale e Operativa Via Del Seprio 40/A, 22074 Lomazzo (CO) Italy
Tel.: +39 02 96779645 - info@royale.it

Vita dura per gli appalti di servizi

229 articoli e 36 allegati la dicono lunga sui mancati aspetti di semplificazione del nuovo codice degli appalti che, sui servizi in generale e sulla ristorazione in particolare, mostra evidenti lacune

di Corrado Giannone

Il nuovo codice degli appalti entrato in vigore il primo luglio 2023 ha introdotto delle novità rispetto al precedente che non hanno proprio entusiasmato gli operatori della ristorazione collettiva. Dal nuovo codice ci si aspettava innanzitutto qualcosa di più preciso rispetto alle indicazioni che riguardano gli appalti di servizi. Ma così non è stato. Per quanto riguarda più strettamente la ristorazione non vi sono elementi di miglioramento ma, al contrario le carenze che caratterizzavano la precedente edizione non sono state affrontate e ad esse se ne sono aggiunte altre.
Gli articoli che destano maggiore perplessità sono il 9, che introduce il principio di conservazione dell'equilibrio contrattuale non contenuto nel precedente codice, che prevede che nel corso dell'esecuzione del contratto: "…*Se sopravvengono circostanze straordinarie e imprevedibili, estranee alla normale alea, all'ordinaria fluttuazione economica e al rischio di mercato e tali da alterare in maniera rilevante l'equilibrio originario del contratto, la parte svantaggiata, che non abbia volontariamente assunto il relativo rischio, ha diritto alla rinegoziazione secondo buona fede delle condizioni contrattuali. Gli oneri per la rinegoziazione sono riconosciuti all'esecutore a valere sulle somme a disposizione indicate nel quadro economico dell'intervento, alle voci imprevisti e accantonamenti e, se necessario, anche utilizzando le economie da ribasso d'asta*".
Com'è noto a tutti coloro che si

occupano di gare, il quadro economico si redige solo nei progetti di lavori e non nell'ambito dei servizi. Nelle gare per l'approvvigionamento di servizi il valore più probabile di mercato da porre a base d'asta viene stimato solamente determinando il costo di produzione del servizio a cui si aggiungono le spese generali e l'utile d'impresa. Con le novità introdotte dal codice cambia completamente l'impostazione perché, all'importo che la stazione appaltante deve mettere a bilancio, deve aggiungere l'importo degli imprevisti e delle somme a disposizione. Appare corretta quella di utilizzare le risorse derivate dal ribasso d'asta, e io avrei aggiunto anche quelle delle migliorie proposte e non accolte dalla commissione di gara. Per la sua applicazione rimanda a due articoli: il 60 che riguarda la revisione prezzi, e che prevede che nei documenti di gara di affidamento è obbligatorio l'inserimento delle clausole di revisione prezzi che però non apportino modifiche in grado di alterare la natura generale del contratto o dell'accordo quadro; si attivano al verificarsi di particolari condizioni di natura oggettiva, che determinano una variazione del costo dell'opera, della fornitura o del servizio, in aumento o in diminuzione, superiore al 5% per cento dell'importo complessivo e operano nella misura dell'80% della variazione stessa, in relazione alle prestazioni da eseguire.

A questo proposito, non si capisce perché la revisione prezzi non debba riferirsi all'importo complessivo.

Le risorse per la revisione prezzi a cui le stazione appaltanti possono ricorrere sono: nel limite del 50 per cento, quelle appositamente accantonate per imprevisti nel quadro economico di ogni intervento, fatte salve le somme relative agli impegni contrattuali già assunti e le eventuali ulteriori somme a disposizione della medesima stazione appaltante e stanziate annualmente relativamente allo stesso intervento;

le somme derivanti da ribassi d'asta, se non ne è prevista una diversa destinazione dalle norme vigenti; e somme disponibili relative ad altri interventi ultimati di competenza della medesima stazione appaltante e per i quali siano stati eseguiti i relativi collaudi o emessi i certificati di regolare esecuzione.

L'altro articolo cui si fa riferimento è il 120, che trattata le modifica dei contratti in corso di esecuzione. Tale precetto prevede che le modifiche al contratto sono sempre consentite quando si verificano alcune condizioni particolari a prescindere dal loro valore, purché non si tratti di modifiche sostanziali che alterano la natura del contratto stesso. Un altro articolo a dir poco discutibile è il 41 che riguarda i livelli e contenuti della progettazione. Tale articolo introduce lo scorporo dei costi della manodopera dall'importo assoggettato al ribasso oltre quello della sicurezza, però conferisce all'operatore economico la possibilità di "*dimostrare che il ribasso complessivo deriva da una più efficiente organizzazione aziendale*": tra le due cose c'è un'evidente contraddizione.

Lo spirito della legge

Lo spirito della legge è quello di garantire i lavoratori circa il fatto che l'operatore economico non potrebbe in nessun caso abbassare i costi al di sotto della soglia fissata dalla stazione appaltante negli elaborati progettuali. Però l'applicazione di tale norma presuppone la correttezza del calcolo dei costi della manodopera da parte della stazione appaltante e come è noto agli addetti ai lavori, le stazioni appaltanti non sempre hanno la competenza necessaria per stimare correttamente il fabbisogno della manodopera necessaria per l'espletamento del servizio richiesto con il rischio che questo venga sotto stimato. L'operatore economico sulla base del costo della manodopera stimato dalla stazione appaltante, calcola il monte ore complessivo basandosi sul costo orario del contratto del settore di riferimento, e il numero di addetti.

Di solito tra i criteri di valutazione nelle gare di ristorazione al primo posto c'è l'organizzazione del servizio e del ciclo produttivo. Ovvero attraverso un diagramma di Gantt viene rappresentata la giornata tipo in cui si ripotano i singoli operatori le attività che svolgono e l'orario di lavoro. In questo caso però l'organizzazione che il concorrente propone, si dovrà basare su dati che sono stati definiti dalla stazione appaltante. Questo può determinare vari scenari: il primo riguarda la valutazione dell'offerta tecnica da parte della commissione di gara se tra i criteri di valutazione è prevista l'organizzazione del servizio. In questo caso, la commissione di gara potrebbe valutare negativamente la proposta perché ritiene l'organico previsto insufficiente per garantire il livello di servizio richiesto. Un altro scenario plausibile è questo: poniamo il caso che l'operatore economico organizzi il servizio basando il numero di addetti derivati dal costo del lavoro stimato dalla stazione appaltante, e durante l'esecuzione del servizio, la manodopera risultasse insufficiente a garantire il livello della prestazione richiesta, in questo caso la stazione appaltante dovrebbe corrispondere all'operatore economico il costo degli operatori in più, necessari per svolgere correttamente il servizio. Questo, nel caso della ristorazione scolastica, determinerebbe una revisione delle rette, creando inevitabili malumori da parte degli utenti.

Un altro aspetto riguarda il livello di progettazione dei servizi e fornitura che prevede un unico livello, ed è predisposta dalle stazioni appaltanti e dagli enti concedenti mediante propri dipendenti in servizio, e rimanda all'allegato 1.7, che definisce i contenuti minimi del progetto. Ma andando a ben vedere si evince che l'allegato fa solo riferimento alla progettazione delle opere e sui servizi non prevede nulla. A mio avviso sarebbe stato necessario dare delle indicazioni precise sugli elementi minimi che la progettazione di un servizio deve contemplare. Nel caso della ristorazione per esempio,

sarebbe necessario indicare gli obiettivi da raggiungere da parte della stazione appaltante, la dimensione dell'utenza, l'organizzazione del servizio e del ciclo produttivo, etc. elementi necessari per stimare correttamente il fabbisogno di manodopera. Molto più chiaro era l'articolo 23 del precedente codice che prevedeva: "*per quanto attiene agli appalti di servizi, il progetto deve contenere: la relazione tecnico-illustrativa il contesto in cui è inserito il servizio; le indicazioni e disposizioni per la stesura dei documenti inerenti alla sicurezza; il calcolo degli importi per l'acquisizione dei servizi, con indicazione degli oneri della sicurezza non soggetti a ribasso; il prospetto economico degli oneri complessivi necessari per l'acquisizione dei servizi; il capitolato speciale descrittivo e prestazionale, comprendente le specifiche tecniche, l'indicazione dei requisiti minimi che le offerte devono comunque garantire e degli aspetti che possono essere oggetto di variante migliorativa e conseguentemente, i criteri premiali da applicare alla valutazione delle offerte in sede di gara*".

Un esempio concreto

Relativamente alla non ribassabilità del costo della manodopera, sul piano concreto il ribasso potrà riguardate solamente pochissimi elementi. Nel caso della ristorazione considerato che la manodopera incide sui costi mediamente per il il 50% sul costo di produzione del servizio, il ribasso può riguardare solamente pochi elementi quali il costo delle materie, dei materiali a perdere, dei detersivi e della carta igienica.

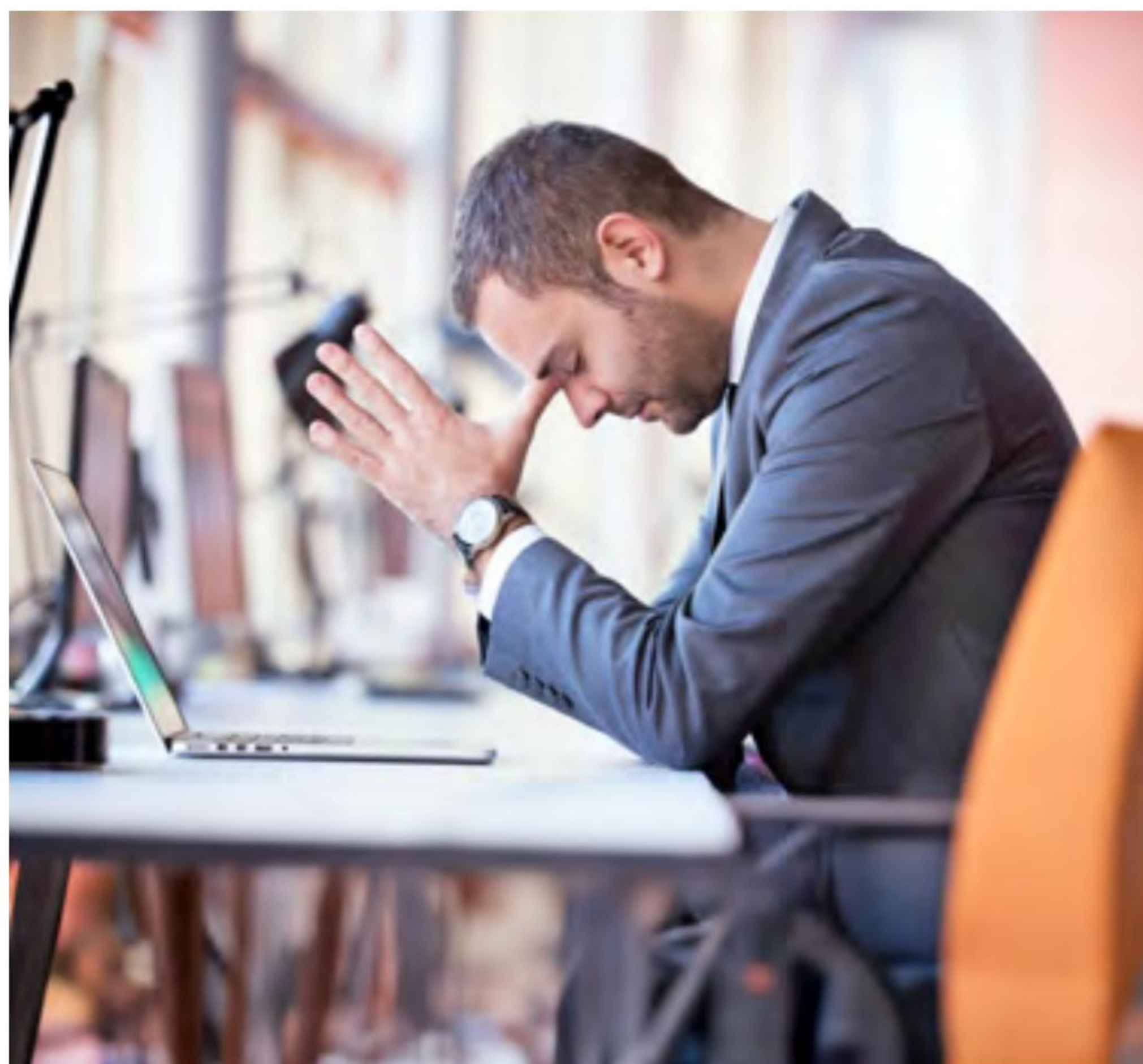
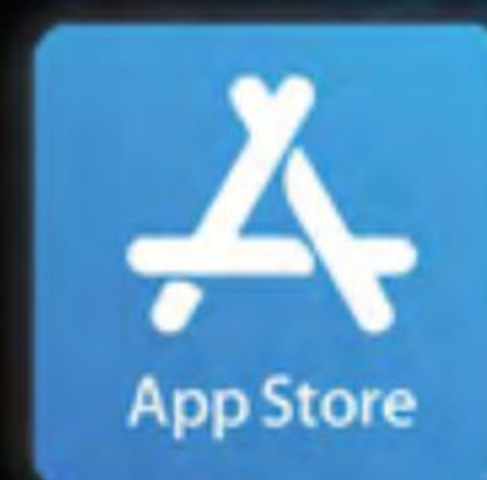
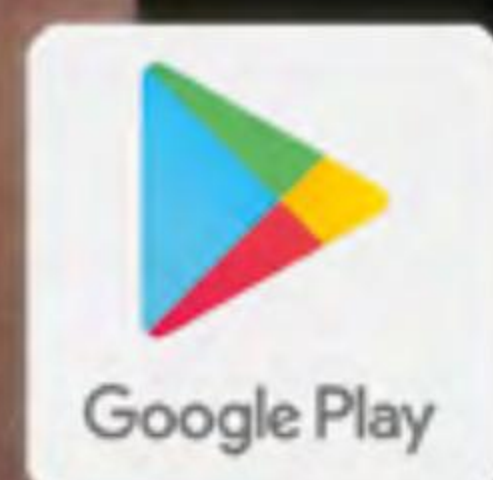
Un esempio pratico

Vediamo a titolo esemplificativo un esempio pratico. Si ponga il caso di un appalto di complessivi € 500.000, in relazione al quale l'importo a base di gara soggetto a ribasso ammonta ad € 200.000, i costi della manodopera sono indicati nella misura di €250.000 e i costi della sicurezza sono indicati nella misura di € 50.000. L'aggiudicatario vince con un ribasso del 50% e, pertanto, dovrà stipulare un contratto per € 400.000. Quando la stazione appaltante gli avrà chiesto di giustificare un così ampio ribasso, l'operatore economico potrà ben dire che, effettivamente, il ribasso effettivo di € 100.000 e è stato possibile perché ha ben economizzato le voci ribassabili. A questo punto la stazione appaltante dovrà accettare le argomentazioni dell'operatore economico che tenderà a far leva su una valutazione ottimistica della propria organizzazione aziendale, di cui tra l'altro potrà tendere a mostrare solo gli elementi positivi.

Dovrà accettare le argomentazioni dell'operatore economico, anche se non pienamente realistiche. Però l'articolo 108 - che tratterò dopo - al punto 12 prevede che nell'offerta economica l'operatore indichi, a pena di esclusione, i costi della manodopera e gli oneri aziendali per l'adempimento delle disposizioni in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Nasce spontanea una domanda ma se i costi della manodopera stimati dalla stazione appaltante non possono essere ribassati perchè l'operatore economico deve indicarli nell'offerta? Quindi l'operatore economico può avere costi diversi da quelli stabiliti dalla stazione appaltante? Secondo quanto prevede l'articolo si. Un altro principio complicato riguarda l'articolo 108 relativo ai criteri di aggiudicazione degli appalti di lavori, servizi e forniture. Le novità che si registrano rispetto al precedente codice, riguardano in particolare due criteri premiali atti a favorire la partecipazione delle piccole e medie imprese nella valutazione dell'offerta e a promuovere, per le prestazioni dipendenti dal principio di prossimità per la loro efficiente gestione, e l'affidamento ad operatori economici con sede operativa nell'ambito territoriale di riferimento.

Non è dato sapere come debba tradursi negli atti di gara e di come deve essere valutato il primo criterio.

Mentre per il secondo immagino che si faccia riferimento alla struttura produttiva che parlando di ristorazione, nel caso di pasti prodotti nelle cucine del concorrente riguarda la sua collocazione nel territorio.

Nel nuovo codice i servizi di ristorazione vengono trattati nell'articolo 130, che ricalca in parte il 144 del vecchio codice e per questione di spazio evito di enumerarli. Uno però e doveroso trattare perchè riguarda quello relativo all'offerta di prodotti provenienti da sistemi di filiera corta, e lo stesso articolo specifica di fare riferimento ai pertinenti criteri ambientali minimi. Allo stato attuale la filiera corta è definita da tre norme tra loro discordanti che sono: La legge del 17/05/2022n.61, Il REG. UE n1305/2013. E i Cam per la ristorazione collettiva. A quali di queste discipline si debba far riferimento il codice non lo dice. Per concludere, credo che nel nuovo codice vadano corrette molte cose altrimenti si avranno molti contenziosi a beneficio degli avvocati.

Un passo **importante**

Markas punta sulla sostenibilità e pubblica il suo primo bilancio, frutto di un percorso virtuoso durato tre anni che ha coinvolto azienda e stakeholder

In un momento storico come quello attuale, caratterizzato da una forte inflazione e dal rincaro dei prezzi, è sempre più importante per le aziende di ristorazione collettiva adottare un approccio gestionale finalizzato da un lato a ridurre gli impatti negativi sull'ambiente e, dall'altro, a incrementare i vantaggi di natura socio-economica.
Nel concreto questo vuol dire che per garantire agli utenti un pasto sostenibile è necessario perseguire una strada, composta da tante "piccole grandi" azioni. Per capire il valore delle azioni messe in campo e le aree su cui l'azienda deve ancora migliorare, **Markas** ha preso l'impegno di pubblicare il proprio primo Bilancio di Sostenibilità.

Un lungo percorso

Per Markas questo primo Bilancio di Sostenibilità è l'inizio di una nuova fase, che coincide con lo sviluppo di un piano triennale 2022-2025. Un nuovo modo di comunicare l'agire sostenibile dell'azienda e le azioni concrete intraprese nei confronti delle persone e dell'ambiente.
Lungo il percorso di preparazione, durato più di 3 anni e che ha coinvolto l'intera azienda e gli stakeholder, Markas ha fatto riferimento a fattori ambientali, sociali e di governance in ottemperanza con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'agenda 2030 e si è attenuta a standard internazionali (GRI - Global Reporting Initiative) per dare ancora più valore al proprio documento. Grazie a queste scelte Markas ha potuto certificare, in maniera tangibile e trasparente, il proprio impegno sostenibile nei confronti dell'ambiente, del lavoro e delle persone.

L'ambito Food e i progetti specifici

Questo cambio di paradigma aziendale e il piano strutturato che ha portato Markas alla stesura di un Bilancio di Sostenibilità si è tradotto nella realizzazione di progetti concreti: e così è stato anche per il settore Food. Markas, infatti, ha messo in campo una serie di iniziative, come ad esempio l'utilizzo di mezzi elettrici per la veicolazione dei pasti e la collaborazione con società come Last Minute Market e United Against Waste per l'implementazione di un sistema di monitoraggio e prevenzione degli sprechi. Anche per quel che riguarda l'energia elettrica, Markas ha finalizzato un progetto concreto sviluppando, d'intesa con Alperia, la piattaforma PTE per monitorare i consumi nelle sedi e negli appalti Food in cui opera. Infine nelle scuole, nelle università, negli ospedali e nelle aziende in cui offre il servizio di ristorazione, oltre un terzo dei prodotti chimici utilizzati è a marchio Ecolabel e più del 45% delle derrate alimentari proviene da fornitori locali. La sostenibilità di un servizio non si misura soltanto dall'impatto ambientale prodotto, ma anche dalla qualità delle materie prime utilizzate, dal rapporto qualità-prezzo offerto e dall'attenzione rivolta alle proprie persone. Per tutti questi motivi la sostenibilità rappresenta uno dei pilastri della strategia Markas per il 2030 e il Bilancio di Sostenibilità è stato il primo tassello di questo percorso.

MARKAS S.R.L.
Via Macello, 61 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611 - Fax +39 0471 307699
it@markas.com - www.markas.com

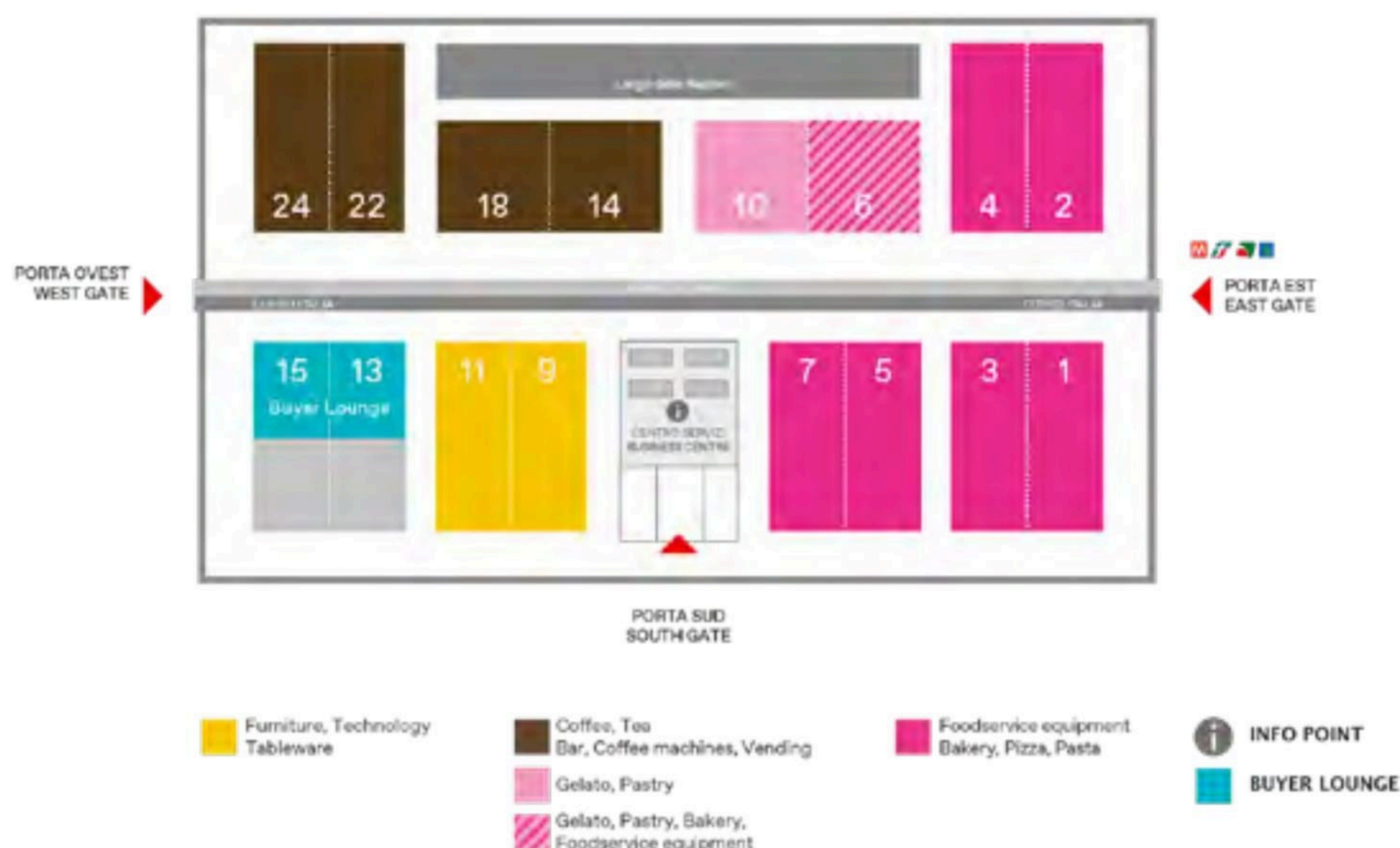
Speciale Host 2023

host Milano
INTERNATIONAL HOSPITALITY EXHIBITION

FOODSERVICE EQUIPMENT

Prodotti e novità per i professionisti della ristorazione moderna

Gli speciali di Ristorando

Sponsor 2023

www.elframo.com
PAD. 7P
STAND P35 P45 Q36 Q46

www.lainox.com
PAD.7P
STAND H35 H45 L36 L46

www.lotuscookers.it
PAD. 1P
STAND M33 P34

www.meiko.it
PAD. 7P
STAND B35 C36

www.polibox.com
PAD. 5P
STAND L03 M04

www.repagroup.com
PAD. 7P - STAND U35 Z36
PAD. 24P - STAND T23 U24

www.robot-coupe.it
PAD. 4P
STAND C09 D10

www.grupposds.it
PAD. 5P
STAND L03 M04

www.tecnoinox.it
PAD. 3P
STAND M47 M57 N48 N58

www.vito.ag
PAD. 4P
STAND E01

L'innovazione sostenibile a Host 2023

host
Foodservice Equipment

Nei padiglioni della fiera meneghina si rinnova l'appuntamento con la crème de la crème del settore dell'ospitalità

L'innovazione sostenibile in tutte le sue declinazioni, sarà protagonista ad Host 2023, che quest'anno riunisce oltre 1.800 espositori da 50 Paesi, con importanti presenze da USA ed Europa.
Tre le macro aree che caratterizzano la superficie espositiva della 43^ edizione della kermesse milanese: Ristorazione Professionale- Bakery, Pizza e Pasta; Caffè-Tea, Bar-Macchine per Caffè-Vending; Gelato-Pastry; Arredo-Tecnologia e Tavola, che raggruppano i settori verticali per affinità di filiera.
Importante la presenza di produttori e distributori di equipment professionale per la ristorazione, con le aziende italiane a difendere il 10% del mercato globale che a fine anno dovrebbe attestarsi intorno ai 44 mld$ destinati, secondo una recente ricerca di *Future Market Insights,* ad avvicinarsi a quota 76 miliardi nel 2032 con un incremento medio annuo del +5,6%.

Apprezzate in tutto il mondo, le attrezzature made in Italy secondo l'Ufficio Studi ANIMA-Assofoodtec, nel 2022 hanno generato un giro d'affari di 4,56 miliardi di euro (+4,5%).
Innovazione sostenibile al centro anche del palinsesto di oltre 800 eventi, appuntamenti che affrontano le esigenze del mercato passando dagli show-cooking alla formazione per architetti. Spiccano le premiazioni di Smart Label – Host Innovation Award, il riconoscimento promosso da HostMilano e Fiera Milano in partnership con POLI. design e patrocinato da ADI – Associazione per il Disegno Industriale, che quest'anno vede 157 candidature dall'Italia e dall'estero.
Come sempre numerose anche le competizioni internazionali, i convegni e gli show-cooking.
Fra gli addetti ai lavori c'è molta curiosità sull'utilizzo di interfacce intelligenti basate sull'AI e l'automazione spinta che introduce a soluzioni ampiamente robotizzate.
Ma pensando a presente e futuro, lo sguardo sulle attrezzature non potrà che soffermarsi anche sugli sforzi per contenere i consumi energetici cui tutti i produttori sono chiamati a rispondere.

Elframo: la forza della squadra è ogni singolo membro. La forza di ogni membro è la squadra

Elframo Spa è un'azienda bergamasca leader nella produzione di lavastoviglie e friggitrici professionali.
Squadra è il must have di Elframo. Un team di persone che lavorano insieme per la soddisfazione del cliente, centro nevralgico di ogni singola attività. Un team che con passione costruisce relazioni, ascolta e si confronta, progetta e propone soluzioni con un unico obiettivo: fornire al cliente prodotti e servizi in funzione delle specifiche necessità. Un nuovo assetto societario, complice l'avvicendamento generazionale che ora vede Andrea e Alberto Mora parte integrante della società, con la riconferma di Alessandra Ballestrero che continua nel suo ruolo di Managing Director e Institore. Un'azienda in continua evoluzione e proiettata verso innovazione e sviluppo, da cui gli investimenti in nuovi mercati, nelle attività di comunicazione e marketing, nelle attrezzature produttive, nell'Assistenza Tecnica e nella Ricerca & Sviluppo che sta lavorando a nuovi progetti, alcuni dei quali saranno presentati a Host.

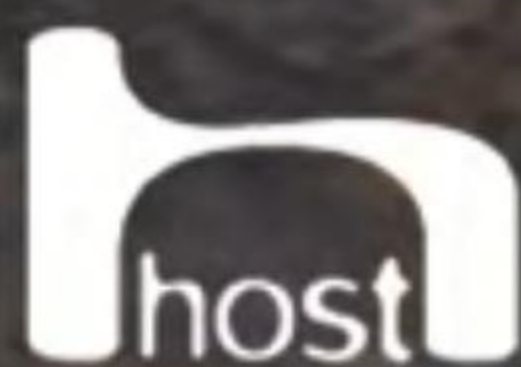
Alessandra Ballestrero, Managing Director

La **nuova gamma HERA** sarà presentata in anteprima nella più importante fiera di settore. Il marchio Elframo è storicamente riconosciuto per la qualità dei materiali impiegati e la solidità, pilastri base anche di questa nuova linea di prodotti progettata, dunque, per durare nel tempo. HERA soddisfa le esigenze dei ristoratori, è infatti realizzata per supportare i gestori ad ottimizzare tempi, consumi e, quindi, i costi di gestione dei locali.
HERA, una nuova linea che completa l'offerta Elframo coniugando robustezza e immediatezza di utilizzo con un ottimo rapporto qualità/prezzo.
Sullo stand troverete anche la **gamma DGT**, una delle gamme più apprezzate di Elframo, con un **nuovo restyling** non solo estetico, ma anche funzionale. Linee estetiche moderne e pulite che caratterizzano una lavastoviglie rimodulata nei componenti e nell'elettronica. Qualità e prestazioni di lavaggio sempre garantite, con maggiore efficienza e semplicità di utilizzo con un'automatizzazione maggiore per rispondere ad un mercato che richiede rapidità e affidabilità coniugate a consumi ridotti.

Lo chef Valerio De Donatis ha scelto NEXA

Tecnologia, innovazione e sostenibilità, questa è **NEXA**. Una linea completa e competitiva già presente in diversi mercati in grado di offrire prestazioni elevate ad alta efficienza. NEXA è la nota gamma Elframo con sistema tecnologico brevettato di riscaldamento dell'acqua che garantisce performance di lavaggio eccellenti unite ad un importante saving energetico.
Ma non solo, manutenzione rapida e semplice, data anche dalla notevole limitazione di calcare con garanzia di vita maggiore dei componenti e, di conseguenza, della lavastoviglie stessa, con un ridotto impatto ambientale.

www.elframo.com

PAD. 7
STAND P35 P45 Q36 Q46

elframo®
host
Milano
INTERNATIONAL HOSPITALITY EXHIBITION
13-17 OTTOBRE 2023
fieramilano
Ti aspettiamo
Hall 7 | Stand P35 P45 Q36 Q46
Elframo
www.elframo.com

L'evoluzione della specie

Lainox dopo appena due anni e mezzo dall'uscita di Naboo Boosted si appresta a lanciare in occasione di Host 2023, Naboo 5.0, l'evoluzione dell'apprezzatissimo Naboo Boosted che ha permesso all'azienda di Vittorio Veneto di far crescere i propri volumi di affari del 60% negli ultimi due anni.
Rafforzando la propria posizione sia nel mercato nazionale che nei mercati internazionali.
Con Naboo Boosted avevamo lavorato per rendere la macchina più efficiente, più affidabile, più robusta, più potente, più veloce e più piccola raggiungendo lo stato dell'arte nel mondo dei forni combinati. Ed è per questo che Lainox aveva deciso di chiamare Naboo Boosted il "miglior" Combi di sempre.
Il forte spirito d'avanguardia di Lainox ci ha portato in questi anni a continuare lo sviluppo di questo prodotto portandolo ad una naturale evoluzione per rispondere alle esigenze dei nostri clienti che sono in continuo mutamento.
L' evoluzione è nella natura delle cose e Naboo non può di certo sottrarsi a questa legge della natura!
Con Naboo 5.0 Lainox arricchisce il proprio prodotto con **Smart Diagnostic System**, in questo caso Naboo 5.0 usa tutta la sua intelligenza e la sua potenza di calcolo per offrire ai propri Clienti una diagnostica automatica della macchina su tutti i punti funzionali. Lo Smart Diagnostic System svolge un vero e proprio check-up fornendoti alla fine un report sullo stato di saluto del tuo Naboo.
Smart Lighting System, con questa nuova funzione, brevettata, Lainox vuole migliorare la comunicazione di Naboo verso l'utilizzatore, utilizzando i colori. Infatti, spesso gli chef non si trovano nelle vicinanze del forno in cucina perché impegnati in altre mansioni quindi affinandosi solo ad una comunicazione sonora con i rumori della cucina spesso non è sufficiente e quindi poter capire in un colpo d'occhio cosa sta facendo il forno anche da lontano è sicuramente un vantaggio.
Infatti, Smart Lightning System indica attraverso I colori le varie fasi di utilizzo: preriscaldamento la camera si colora di arancione, pronto per la cottura la camera si illumina di verde, durante la cottura la luce sarà bianca per permettere un'ottima visione del cibo in camera e durante il lavaggio la camera diventa blu.
Inoltre, Smart Lighting System aiuta lo chef durante la cottura multilivello accendendo la luce in corrispondenza del livello che si deve estrarre a fine cottura.
Smart Chemicals Control, quante volte è capitato in cucina di lavare il forno senza avere la quantità sufficiente di detergente nelle taniche? Ora con questa nuova funzione Lainox risolve definitivamente questo problema. Grazie a sensori intelligenti posizionati nel sistema di lavaggio Naboo controlla esattamente il consumo di detergente avvisandoti quando sta per terminare, suggerendoti il lavaggio adatto alla quantità di detergente residua. Con Smart Chemicals Control il livello di igiene è sempre garantito.
Oltre a questi nuovi vantaggi appena descritti, Naboo 5.0 fa anche un salto tecnologico in termini di elettronica. Infatti, Naboo 5.0 è dotato di un nuovo sistema di alimentazione **switching** ad alta efficienza che permette di ridurre in maniera considerevole i consumi energetici.
In conclusione, possiamo dire che Naboo 5.0 si evolve mettendo a disposizione di tutti gli utilizzatori tutta la sua intelligenza e potenza di calcolo per semplificare la vita di chi lavora in cucina, vi aspettiamo per scoprilo.

www.lainox.com

PAD. 7P
STAND H35 - H45 - L36 - L46

TOUCH IS LOTUS

Bruciatori dentro o fuori?

Quali le differenze e i vantaggi nella frittura dei cibi? Per quanto riguarda il tempo necessario per il raggiungimento della temperatura di lavoro non ci sono differenze a parità di potenza di energia di cottura. Il grande vantaggio, utile e unico, sta nella facilità e rapidità di pulizia. Finalmente una vasca tutta libera! Le friggitrici a gas professionali **EXTER**BURNER**FRYERS** di **Lotus**, con bruciatori esterni alla vasca, denominate anche friggitrici a vasca pulita o a vasca libera, richiedono qualche attimo in più per il raggiungimento della temperatura necessaria alla frittura, ma rispetto alle friggitrici a gas con bruciatori interni, risultano molto più facili e molto più veloci da pulire. **EXTER**BURNER**FRYERS** di Lotus è la migliore per resa continuativa in quanto i bruciatori posti all'esterno della vasca sono in grado di mantenere più equilibrata la temperatura dell'olio in superficie, mentre la temperatura più bassa resterà nella parte più bassa della vasca. In questo modo eventuali residui del cibo da friggere scenderanno nella zona bassa e tenderanno a non bruciare con il vantaggio di non alterare le proprietà dell'olio che durerà più a lungo nel tempo rispetto all'uso della friggitrice con bruciatore interno.

Nelle friggitrici **EXTER**BURNER**FRYERS** di Lotus, che hanno la vasca totalmente libera, i flussi dell'olio si generano più velocemente e si mantengono costantemente in attività non ostacolati da alcuna struttura. Così la temperatura dell'olio è soggetta a meno sbalzi termici, con il vantaggio di una minore usura della vasca stessa e maggiore durata e affidabilità della friggitrice. **EXTER**BURNER**FRYERS** di Lotus, calore avvolgente, frittura vincente!

LE NUOVE TOUCHFRY A GAS

Sia nella linea 70 SUPERLOTUS che in quella 90 IPERLOTUS le friggitrici professionali ora sono disponibili anche con alimentazione a gas per soddisfare la domanda dei paesi del Mediterraneo ancora molto legati a questo tipo di energia. Friggere diversi cibi non è facile e oggi, con buona tecnologia e facile digitalizzazione si riescono a realizzare attrezzature affidabili, flessibili e sostenibili (il Touch consente maggiore efficienza e migliore utilizzo dell'energia con riduzione consumi). **TOUCHFRY**LOTUS**GAS** di Lotus semplifica la frittura e ne controlla le varie fasi: temperatura, tempi, tipo di cibo, che così, diventano precise e ripetibili. Inoltre il sistema tecnico di combustione Pre-Mix garantisce un consumo di energia ottimale, sicuro e sostenibile. Il lavoro di friggere qualsiasi prodotto o pietanza diventa per Voi occasione di business e sicura soddisfazione per i vostri clienti. **TOUCHFRY**LOTUS**GAS** di Lotus *da valore alla vostra abilità di frittura.*

TOUCH IS LOTUS

Le attrezzature Lotus della linea 90 IPERLOTUS, oltre alle tradizionali manopole, ora possono essere richieste con sfioramento tattile, per aggiungere i vantaggi dell'intelligenza applicata in cucina. Programmi, tempi, metodi di cottura, consumi diventano personalizzabili e ripetibili. **IPER**LOTUS**TOUCH** allieta il lavoro in cucina, lo rende docile e l'attrezzatura realizza o ripete ciò che viene impostato. Di sicuro facilita e semplifica le cotture ripetitive senza errori o dimenticanze. Inoltre valorizza le vostre capacità e migliora le vostre abilità. **IPER**LOTUS**TOUCH** di Lotus è una soluzione per coloro che cercano di digitalizzare la loro attività per un migliore livello qualitativo del lavoro, dell'energia, dei tempi e delle prestazioni in generale, con minori sprechi e maggiore sostenibilità, infatti con **IPER**LOTUS**TOUCH** ottieni *più prestazioni con meno pensieri ed energia.*

ITALIAN CULINARY ART

www.lotuscookers.it

PAD. 1 - STAND M33 - P34

#meikoinnovationweek all'HOST 2023

Un programma tutto da scoprire

Se HOST è il posto migliore dove l'innovazione si svela in anteprima, non poteva essere migliore palinsesto dove fare splendere le Top 5 INNOVAZIONI **MEIKO**.

Mentre l'ospitalità diventa sempre più innovativa, i nostri clienti devono lottare con l'esplosione dei costi dell'energia, nuove legislazioni su articoli da asporto e carenza di personale.

Come si può rispondere a queste sfide? Possiamo fare a meno di molte cose, ma non senza idee e innovazione, bisogna trovare la soluzione adeguata a costi operativi inferiori, risparmio energetico, requisiti riutilizzabili e tanto altro ancora.

La nostra risposta? Dai forma al tuo futuro con la tecnologia innovativa di MEIKO.

Dobbiamo cercare di ridurre l'utilizzo del tutto il possibile intorno: energia, materie prime ed emissioni nell'ambiente - questa è la strada per un futuro pulito.

Con MEIKO Clean Solution Circle lavoriamo in modo igienico nelle cucine professionali, mense, case di cura e ospedali, per farli diventare ancora più efficienti e sostenibili. In qualità di azienda sostenibile, abbiamo stabilito la rotta per questo, anni fa. Ma c'è un punto in cui aumentiamo e aumentiamo: idee ed innovazioni.

Le idee innovative e professionali di MEIKO crescono e fioriscono ogni giorno in tutto il mondo, sviluppando soluzioni complete che coprono tutte le aree del flusso di lavoro: dal lavaggio igienico al riciclo dei rifiuti alimentari.

Alla HOST 2023 presentiamo con orgoglio le nostre risposte tecnologiche alle sfide del settore dell'ospitalità, con ben 5 innovazioni durante la nostra #MEIKOINNOVATIONWEEK: Let's talk about green livin'!

Dalla innovativa cucina a vista - *Innovative Show Kitchen & inspiring food* alla più piccola ma la più GREEN cinema della HOST MILANO 2023 - un ventaglio di innovazioni!

#meikotopinnovation: lavaoggetti M-iClean PF-S: la nuova lava oggetti salvaspazio per pasticcerie, panetterie e cucine, per un futuro verde, economico, durabile e versatile anche per utensili ingombranti.

#meikotopinnovation: lavastoviglie traino UPSTER K: nuova interfaccia per la lavastoviglie a traino compatta che porta maggiori risparmi di acqua, energia e prodotti chimici.

#meikotopinnovation: trattamento rifiuti organici BioMaster Flex: riutilizziamo saggiamente gli avanzi di cibo: veloce, sicuro, igienico. Recupero energetico da scarti alimentari, perché la gestione economica dei rifiuti non è una coincidenza.

#meikotopinnovation: Nuovo sistema di asciugatura per la gamma di lavastoviglie a capote M-iClean H: evita i rifiuti di plastica: vivi nel rispetto dell'ambiente. Non solo bicchieri ma anche tazze, ciotole e stoviglie varie; alla fine tutto deve essere perfettamente pulito e asciutto con un consumo energetico ridotto. Il nuovo sistema di asciugatura MEIKO rispetto ad altri porta ancora un valore aggiunto per i nostri clienti.

#meikotopinnovation: prodotti chimici linea MEIKO ACTIVE ECO: come risparmiare risorse con il dosaggio corretto per un risultato pulito, asciutto e igienico con la chimica giusta. Oggi una grande sfida è il materiale plastico riutilizzabile, ma con MEIKO Active non abbiamo problemi sui risultati di lavaggio e nemmeno sull'asciugatura perfetta, grazie al giusto dosaggio, assicuriamo anche minor consumo.

Ma cosa sarebbe l'innovazione senza una tecnologia innovativa al suo servizio?

MEIKO presenta la pluripremiata **M-iQ BlueFire®** con ologrammi 3D grazie all'intelligenza artificiale.

Risparmia risorse - risparmia sui costi. Con **MEIKO M-iQ BlueFire®**, puoi ridurre i costi operativi e contrastare la carenza di personale grazie agli processi automatici.

Al tuo servizio la tecnologia MEKO: per una soluzione personalizzata con costi operativi inferiori, risparmio energetico, adempimento dei requisiti sul riutilizzabile, gestione dello spreco alimentare e per fare fronte alla continua carenza di personale.

Ti aspettiamo alla HOST 2023 MILANO!

www.meiko.it

PAD. 7 - STAND B35-C36

Il piccolo grande segreto di POLIBOX®? La sua struttura in polipropilene espanso a cellule chiuse.

POLIBOX: L'Innovazione non è mai stata così "Sostenibile"!

POLIBOX® è oggi il marchio più affermato nella produzione e distribuzione di sistemi innovati per il trasporto a temperatura controllata e garantita di prodotti deperibili nel foodservice e nella distribuzione, nel rispetto dellla norma UNI EN 12571.

SMARTPOLIBOX® è il nuovo sistema di identificazione integrato nella linea POLIBOX® per tracciare dettagliatamente le spedizioni e le consegne di pasti ed alimenti, grazie ad un sistema RFID (Radio-frequency identification) e ad un'App dedicata.

SMARTHEATER® by POLIBOX® è il sistema di controllo della temperatura più evoluto al mondo, basato su una tecnologia di accumulo di calore - passivo e attivo - che trasforma un contenitore isotermico POLIBOX® in un avanzato mantenitore/rigeneratore di cibi pronti.

SAFELIVERY® by POLIBOX® permette non solo di monitorare costantemente la posizione durante la consegna del contenitore, ma può anche rilevare la temperatura e l'umidità di cibi, alimenti e bevande presenti all'interno del contenitore.

Mario Sestito, CEO di POLIBOX® è sicuro sul futuro del marchio: continuerà a soddisfare le esigenze del mercato, fornendo soluzioni innovative, affidabili e di alta qualità per il trasporto e la conservazione di prodotti sensibili alla temperatura.

www.polibox.com

POLIBOX®'s little big secret? Its closed-cell expanded polypropylene structure.

POLIBOX: "innovation has never been so sustainable!"

POLIBOX® *is today the most established brand in the production and distribution of innovative systems for the temperature-controlled and guaranteed transport of perishable products in the food service and distribution sector in accordance with UNI EN 12571.*

SMARTPOLIBOX® *is the new identification system integrated into the POLIBOX® line for detailed tracking of shipments and deliveries of meals and foodstuffs, thanks to an RFID (Radio-frequency-identification) system and a dedicated app.*

SMARTHEATER® *by POLIBOX® is the world's most advanced temperature control system, based on a heat storage technology - passive and active - that transforms a Polibox isothermal container into an advanced ready-to-eat food maintainer/regenerator.*

SAFELIVERY® *by POLIBOX® not only allows you to constantly monitor the location during container delivery but can also detect the temperature and humidity of food, food and beverages inside the container.*

Mario Sestito, CEO of POLIBOX®, is confident about the brand's future: it will continue to meet the needs of the market by providing innovative, reliable, high-quality solutions for the transport and storage of temperature.

PAD. 5 - STAND L03 - M04

REPA: innovazione continua e soluzioni per i partner OEM, per un servizio di distribuzione dei ricambi di altissima qualità

Le infinite possibilità di innovazione e miglioramento di prodotti, processi e servizi offerte dalla tecnologia sono ormai tema indiscusso che pervade il dibattito sul presente e sul futuro della società. Proprio su queste infinite possibilità, **REPA** ha delineato la propria mission per supportare la crescita del mercato dei ricambi per la ristorazione, la refrigerazione, il caffè, il vending e la casa, sviluppando soluzioni innovative nell'ambito dell'e-commerce, della logistica e dell'assistenza clienti. Numerosi strumenti digitali rendono sempre disponibile e facilmente accessibile la gamma di ricambi REPA, con oltre 7 milioni di articoli a database. Il performante motore di ricerca del one-stop shop, le foto a 360°, le mobile app, il sistema di tracciamento delle spedizioni, sono solo alcuni esempi di un processo di innovazione continua, che vede coinvolti tutti i team REPA, leader europeo nella distribuzione dei ricambi. Tecnologie avanzate sono alla base dei centri logistici in Italia, Germania, Francia, Spagna, Austria, Cina e Australia. Grazie a sistemi di stoccaggio e prelievo dei ricambi automatizzati, il personale altamente specializzato può evadere ogni ordine in giornata, riducendo il tempo di inattività delle apparecchiature del settore HORECA e non solo.

Centrale, nell'attività REPA, è il supporto ai costruttori di apparecchiature, con lo sviluppo di soluzioni dedicate ai partner, volte alla gestione completa dei ricambi 100% originali, con team di assistenza clienti, logistica, vendite e marketing specializzati sui singoli brand, pronti a supportare l'OEM in tutte le fasi della partnership. Questo approccio consente ai partner di concentrarsi sul core del proprio business, la produzione e la vendita di apparecchiature, garantendo ai tecnici una gamma sempre più ampia di ricambi OEM, disponibili in ogni momento e distribuiti secondo gli alti livelli di servizio REPA.

Innovazione e soluzioni per i partner giocano un ruolo rilevante anche negli stand REPA e Parts Town a HOST 2023. Immergendosi in un ambiente virtuale, i visitatori potranno scoprire l'innovazione a 360° dei centri logistici di REPA in Europa e di Parts Town negli Stati Uniti. Wall interattivi consentiranno di conoscere tutti i contact point del gruppo nel mondo e approfondire le numerose partnership OEM, che garantiscono ai clienti la disponibilità di ricambi 100% originali per una perfetta riparazione delle attrezzature.

www.repagroup.com

PAD. 7P - STAND U35 - Z36
PAD. 24P - STAND T23 - U24

Insostituibile affidabilità
in cucina... da sempre

1. OGNI GIORNO AL VOSTRO FIANCO
Sono ormai più di quarant'anni che **Robot Coupe** è attenta alle esigenze di Maestri Pasticcieri, Chef, Gastronomi, Dietisti, Cuochi per progettare e produrre soluzioni di preparazione dinamica. Concentriamo il nostro impegno puntando su ricerca e sviluppo, sulla scelta dei componenti più affidabili, ma soprattutto mettendoci nei panni di chi lavora in cucina, per poterne comprendere i problemi quotidiani ed offrire le soluzioni adeguate. Per questa ragione Robot Coupe realizza le macchine con la ricerca di dettagli che facciano la differenza. Nella scelta di un prodotto Robot Coupe non c'è solo la ricerca della qualità e dell'affidabilità, ma c'è la preferenza per un servizio puntuale e professionale per garantire risultati costanti nel tempo. La qualità che vince alla prova del Tempo consente prestazioni e risparmio.

2. ATTENTI ALLE DIVERSE ESIGENZE
Robot Coupe vi da l'opportunità di scegliere la gamma più completa di macchine Professionali per la Preparazione Dinamica.
SIAMO ORGOGLIOSI DI METTERVI A DISPOSIZIONE:
25 Taglia Verdure - Con una Collezione + di 50 Dischi di taglio
31 Cutters - Con il più piccolo da 2,9 litri sino a 60 litri di capacità
20 Blixer* - Gli speciali Omogeneizzatori per creare cibi a consistenza modificata per le diete oppure le basi per dolci
1 Robot Cook - Il 1° Cutter-Blender che Cucina, realizzato per i Professionisti
13 Abbinati - Cutter & Tagliaverdura per racchiudere il massimo della tecnologia in spazi limitati
23 Mixer - Ad immersione con un inimitabile sistema di sgancio dei coltelli nel rispetto del sistema HACCP
2 Estrattori di succo - Estremamente veloci ed efficaci
4 Passatrici - Per allargare il vostro raggio d'azione

3. TRA LE QUALI C'È ANCHE LA TUA
In Robot Coupe potete trovare la risposta che soddisfa ognuno di voi, perché abbiamo disegnato la macchina in base alle vostre esigenze.
- Avete problemi di spazio?
- Dovete preparare diverse centinaia di piatti ogni giorno?
- Volete impreziosire con gusto ed originalità le vostre portate?
- Volete rispondere alle esigenze del mondo Ospedaliero?
- Cercate la perfezione e la costanza di risultato nel taglio?
- Siete Chef, Gastronomi, Maestri Pasticceri, Dietisti, innovatori della cucina moderna?

Robot Coupe è la risposta.

4. CON LA CERTEZZA DI TROVARCI OVUNQUE
Che voi siate in una grande città o in un piccolo borgo di montagna, per noi sarà sempre possibile servirVi ed assisterVi perché la nostra rete distributiva è capillare.
I nostri Partner sono Rivenditori Autorizzati dove troverete la competenza e la professionalità di cui avete bisogno. Acquistare un prodotto Robot Coupe significa avere un aiutante che Vi assiste sempre, in ogni condizione, dandovi la garanzia di risultati perfetti e costanti nel tempo. Saprete di avere con Voi la squadra di Tecnici, Progettisti e Cuochi che Vi aiutano a migliorare il lavoro di ogni giorno, sempre.

www.robot-coupe.it

PAD. 4P - STAND C09 D10

Il primo robot che cucina per professionisti!

A caldo o a temperatura ambiente

trito,
frullo
impasto,
mescolo,
frantumo,
omogeneizzo,
riscaldo
e cuocio...

numero verde 800 201229 Info@robot-coupe.it robot coupe®

SDS: soluzioni innovative e sostenibili
per una semplificazione del lavoro

SDS è da oltre 28 anni un'affermata realtà nella distribuzione di prodotti e servizi dedicati alla **ristorazione commerciale** e **collettiva**. SDS ha tutto quello che serve all'interno di una cucina professionale e non solo, fornisce infatti anche una gamma completa di prodotti essenziali per un'attività di ristorazione come contenitori rifiuti, dispositivi di sicurezza, soluzioni per i servizi igienici, articoli dedicati al cleaning e al baby care.

SDS è inoltre una **Supply Chain** che distribuisce il prodotto dal fornitore al cliente fungendo da elemento di congiunzione tra le due parti grazie ad una consolidata esperienza nella gestione, organizzazione e integrazione dei processi dei propri clienti.
In Italia SDS è Master Distributor della più completa gamma di contenitori isotermici **POLIBOX®** per la veicolazione di pasti e trasporto di alimenti a temperatura controllata.
Dal 28 febbraio 2023 SDS è entrata a far parte di ECF GROUP che con il marchio CHS punta a diventare il primo distributore nazionale e omnichannel per i professionisti dell'Ho.Re.Ca. e della ristorazione collettiva.

www.grupposds.it

SDS è un'azienda con sistema di qualità certificato ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015. **Specializzazione**, **ricerca** e **formazione** sono costantemente aggiornate per garantire standard elevati nel rispetto delle Normative Europee su sicurezza alimentare, ambientale e gestione aziendale.

SDS si presenta all'edizione 2023 di **Host** con importanti novità in termini di sostenibilità. Oggi più che mai l'esigenza delle società di ristorazione e dei loro clienti è avere a cuore gli aspetti ecologici e ambientali per questo SDS indirizza le sue scelte verso prodotti **ecologicamente sostenibili**, realizzati con materiali riciclabili, riutilizzabili e che permettano una riduzione delle emissioni di CO_2. Uno dei focus principali durante la fiera sarà il concetto di durabilità del prodotto '**buy better, waste less**', più il ciclo di vita di un prodotto dura nel tempo, minore sarà il suo impatto sull'ambiente.

Essere presenti alla manifestazione Host 2023, Il Salone Internazionale dell'ospitalità Professionale, rappresenta per SDS un'occasione per confrontarsi con l'evoluzione del mercato della ristorazione.
Ogni giorno affrontiamo e gestiamo le criticità legate al mondo della ristorazione professionale elaborando proposte mirate ed efficaci per offrire la miglior soluzione ai nostri clienti.
Simplify your work è la nostra promessa!

PAD. 5 - STAND L03 - M04

Tecnoinox: dal 1984 una scelta di valore
nelle cucine professionali

La quarantennale storia di successo di **Tecnoinox** è la dimostrazione di come tra i professionisti della ristorazione, del catering e dell'ospitalità una promessa mantenuta faccia ancora la differenza. L'azienda friulana progetta e produce infatti interamente a Porcia (PN), fin dal 1984, cucine modulari, forni combinati e salamandre che non deludono le aspettative in termini di qualità costruttiva, prestazioni e affidabilità.
Tutto ciò è possibile grazie alla passione per l'innovazione e alla cura del dettaglio con cui il team Tecnoinox realizza ogni singolo prodotto, dal design alla scelta dei materiali e della componentistica, con l'obiettivo soddisfare l'imperativo basilare di chef, ristoratori e professionisti dell'Ho.Re.Ca.: lavorare in una cucina in cui ogni passaggio sia semplice, efficiente e profittevole.
In poche parole, disporre di una cucina su cui poter fare affidamento.
Che la combinazione tra un solido know-how manifatturiero e la conoscenza delle specifiche esigenze di una clientela diversificata consenta a Tecnoinox di sviluppare soluzioni per la cottura professionale di valore e "su misura" trova conferma nelle caratteristiche dell'attuale **gamma forni**.
L'ultimo nato è il combinato digitale compatto ***Tecnocompact*** che, per il suo ridotto ingombro, è il riferimento per le cucine in cui è vitale ottimizzare spazi e flussi di lavoro senza sacrificare i risultati di cottura e il controllo da parte dello chef. *Tecnocompact* è oggi disponibile nelle versioni da 6 e 10 teglie GN1/1 lengthwise e con accessori quali la sonda al cuore e il lavaggio automatico integrati.
Se, invece, la necessità è la migliore combinazione di semplicità d'uso, monitoraggio dei parametri di cottura, costanza di risultati eccellenti e affidabilità a fronte di un uso intensivo, la soluzione ideale è ***Tecnocombi***. La presenza nella serie Digital di display LCD a colori, di comandi *touch screen* e della comoda manopola *push & scroll* velocizza i tempi di selezione delle ricette memorizzate.
Con il top di gamma ***TAP***, infine, Tecnoinox offre molto più di un forno combinato digitale, proponendo una vera e propria soluzione di cottura completa e performante che ha tutti i benefici dell'alta automazione e della semplicità d'uso, cui si aggiungono vantaggi quali la perfetta replicabilità delle ricette e un concreto risparmio in termini di energia e materie prime.
Tecnoinox vanta una storica e riconosciuta expertise anche nella progettazione e produzione di cucine modulari, monoblocchi e salamandre.
Nella gamma modulare le linee premium ***Tecno74***, ***Tecno90*** e ***Mosaico*** - combinabili tra loro per dare luogo a configurazioni e isole compatte, razionali e altamente personalizzabili - rispecchiano fedelmente le caratteristiche di robustezza e versatilità dei prodotti Tecnoinox nei diversi contesti ristorativi. Il cuore delle linee di cottura è rappresentato oggi dall'innovativo monoblocco ***Core***: una vera e propria architettura monolitica dal design minimale progettata per garantire massima facilità d'installazione e manutenzione, e per essere totalmente customizzabile, fino a ottenere la propria "cucina dei sogni".
Infine, completano l'offerta Tecnoinox - che ha visto la sua storia avere orgine proprio con questo prodotto - le ***Salamandre***, considerate vere e proprie icone del brand, strumenti preziosi in grado di completare l'attrezzatura di ogni cucina professionale grazie a compattezza ed efficienza.

www.tecnoinox.it

PAD. 3P
STAND M47/M57 - N48/N58

Quattro consigli per la frittura:
olio filtrato per cibi sani e deliziosi

Sebbene la frittura sia spesso associata a una cottura poco salutare - a causa dell'eccessivo assorbimento di olio - ci sono alcuni suggerimenti su come trasformare questo stile di cottura in un'alternativa più sana ed evitare facilmente gli errori.

SCEGLIERE L'OLIO GIUSTO:
Il tipo di olio che usi per friggere gioca un ruolo cruciale nella salute dei tuoi fritti. Scegli oli a basso contenuto di grassi saturi e ricchi di grassi monoinsaturi, come l'olio di girasole o di colza.
Questi oli sono ricchi di ingredienti sani che possono aiutare ad abbassare i livelli nocivi di colesterolo.

MANTENERE LA GIUSTA TEMPERATURA:
Limitate la temperatura ad un massimo di 175° C. Con temperature più elevate c'è infatti il rischio che si produca l'acrilammide nell'olio, una sostanza considerata dannosa per la salute. Questa sostanza chimica viene generata principalmente durante la frittura di cibi ricchi di carboidrati come le patate. Tuttavia, friggere a una temperatura troppo bassa può far sì che il cibo assorba l'olio e perda la sua croccantezza.

FRIGGERE PRODOTTI DIVERSI IN FRIGGITRICI SEPARATE:
Tale aspetto è importante per prevenire la contaminazione incrociata e mantenere il gusto e la qualità dei fritti. Tale accortezza assicura che aromi, allergeni e impurità non vengano trasferiti da un alimento all'altro e che le proprietà dei singoli alimenti vengano mantenute intatte.

PRENDERSI CURA DEL PROPRIO OLIO DI FRITTURA:
Pulire e filtrare l'olio per friggere è fondamentale per mantenere salutari processi di frittura. Nel tempo, l'olio per friggere si contamina con particelle e residui di cibo. Queste sostanze influenzano negativamente il gusto, la qualità e la salute del tuo fritto in quanto continuano a bruciare nell'olio. Filtrare regolarmente l'olio aiuta a rimuovere questi contaminanti, mantenendo l'olio alla sua migliore qualità e assicurando cibi fritti più sani e gustosi, utilizzando quindi pratiche culinarie sicure e sostenibili. Filtrare l'olio, inoltre, prolunga la durata dell'olio stesso, consente di risparmiare sui costi e riduce gli sprechi. Il sistema di filtraggio d'olio V**ITO** è la soluzione perfetta per la gestione dell'olio di frittura. Pulisce l'olio in soli 4,5 minuti senza bisogno di supervisione. Risparmia fino al 50% sui costi dell'olio di frittura e garantisce il risparmio di manodopera per la pulizia delle friggitrici. La nuova funzione integrata VITOconnect consente un controllo online e continuo dell'utilizzo di VITO e salvaguarda il tuo investimento!
Scoprite dal vivo l'innovativo sistema di filtraggio VITO alla fiera HOST.

www.vito.ag

PAD. 4P - STAND E01

Cosa mangiare **per stare bene**

Con le nuove indicazioni su grassi alimentari e carboidrati, l'OMS sottolinea che sia la quantità sia la qualità sono importanti per una buona salute

di Emilia Guberti

L'Organizzazione mondiale della sanità ha recentemente aggiornato le sue linee guida sui grassi totali, saturi e trans e sui carboidrati, in base alle più recenti evidenze scientifiche.

Ne sono scaturite tre nuove linee guida che contengono raccomandazioni tese a ridurre l'eccesso di peso, fonte di rischio per la salute, e di malattie non trasmissibili legate all'alimentazione, come il diabete di tipo 2, le malattie cardiovascolari e alcuni tipi di cancro.

Le linea guida *Assunzione totale di grassi per la prevenzione di un aumento di peso non salutare negli adulti e nei bambini* e *Assunzione di acidi grassi saturi e acidi grassi trans per adulti e bambini,* forniscono un aggiornamento delle più recenti evidenze scientifiche circa l'assunzione di grassi ed in particolare di acidi grassi saturi e acidi grassi trans per ridurre l'eccesso ponderale ed il rischio di malattie non trasmissibili legate all'alimentazione negli adulti e nei bambini, in particolare le malattie cardiovascolari.

L'OMS riafferma che gli adulti dovrebbero limitare l'assunzione totale di grassi al 30% o meno dell'apporto energetico totale.

I grassi consumati da tutti i soggetti di età pari o superiore a 2 anni dovrebbero essere costituiti principalmente da acidi grassi insaturi, con non più del 10% dell'apporto energetico totale proveniente da acidi grassi saturi e non più dell'1% dell'apporto energetico totale da acidi grassi trans. Gli acidi grassi saturi, vale la pena ricordarlo, si possono trovare nella carne grassa, nei latticini, nei grassi duri e negli oli come burro, burro chiarificato, strutto, olio di palma e olio di cocco e gli acidi grassi trans nei cibi cotti al forno e fritti, negli snack preconfezionati e nella carne e nei latticini provenienti da ruminanti, come mucche o pecore. L'OMS sottolinea come gli acidi grassi saturi e trans nella dieta possono essere sostituiti con altri nutrienti come acidi grassi polinsaturi, acidi grassi monoinsaturi da fonti vegetali o carboidrati provenienti da alimenti contenenti fibre alimentari naturali, come cereali integrali, verdure, frutta e legumi.

L'apporto di carboidrati raccomandato

Insieme ai dettami esistenti dell'OMS per limitare l'assunzione di zuccheri liberi (*Guideline: Sugars intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2015*), la nuova guida sull'assunzione di carboidrati sottolinea l'importanza della qualità dei carboidrati per una buona salute per ridurre il rischio di malattie non trasmissibili da dieta negli adulti e nei bambini, con particolare attenzione alla "qualità" dei carboidrati. La qualità dei carboidrati si riferisce alla natura e alla composizione dei carboidrati in un alimento o nella dieta, compresa la proporzione di zuccheri, la velocità con cui i polisaccaridi vengono metabolizzati e rilasciano glucosio nel corpo (cioè la digeribilità) e la quantità di fibre alimentari.

L'OMS fornisce una nuova raccomandazione secondo cui l'assunzione di carboidrati per tutti i soggetti dai 2 anni in su dovrebbe provenire principalmente da cereali integrali, verdura, frutta e legumi.

L'OMS raccomanda agli adulti di consumare almeno 400 grammi di frutta e verdura e 25 grammi di fibre alimentari naturali al giorno.

Nella guida per la prima volta per bambini e adolescenti, l'OMS suggerisce la seguente assunzione di frutta e verdura:

2–5 anni, almeno 250 g al giorno
6–9 anni, almeno 350 g al giorno
10 anni o più, almeno 400 g al giorno.

E i seguenti apporti di fibre alimentari naturali:

2–5 anni, almeno 15 g al giorno
6–9 anni, almeno 21 g al giorno
10 anni o più, almeno 25 g al giorno.

Queste nuove indicazioni, insieme alle linee guida esistenti dell'OMS sugli zuccheri liberi, sui dolcificanti non zuccherini e sul sodio, nonché alle prossime indicazioni sugli acidi grassi polinsaturi e sui sostituti del sale a basso contenuto di sodio, sostengono il concetto di dieta sana. Le linea guida, sottolinea l'OMS, sono destinate a un vasto pubblico e si rivolgono in particolare ai responsabili politici e ai gestori di attività e programmi inerenti la nutrizione e salute pubblica. Ne consegue il ruolo degli operatori della ristorazione collettiva e commerciale che, ancora una volta, possono farsi promotori e veicolo di proposte alimentari utili al mantenimento o al recupero di una buona salute nelle diverse età della vita.

La Borsa delle Imprese
della Ristorazione Moderna

Foto di Hoja Studio su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 76

Foto di Alex Haney su Unsplash

Foto di Jonathan Borba su Unsplash

Il boom **delle scuole**

Foto di Dan Gold su Unsplash

Grande exploit pre-autunnale per il monitor che vede aumentare i contratti di ben 80 unità, passando da un totale di 213 a 293. Sono le scuole e i servizi assistenziali a fare da battipista: il primo segmento aumenta di 43 e arriva a quota 126 (erano 83 nella precedente rilevazione); il secondo comparto vede una progressione di 20 contratti invece, che porta il parziale di tappa a 31. Un balzo di 10 anche alla voce buoni pasto elettronici, frutto della prima tornata di aggiudicazioni della Gara Consip 10, quindi si parla di decine di milioni di euro per ogni lotto! Sono 7 i contratti in più nel segmento commerciale, che arriva a 94 (erano 83). Fermi l'aziendale e il vending.

(Nella sesta rilevazione abbiamo censito 293 contratti e 106 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CIRFOOD	2 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE SRL	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CAMST — 3 contratti
♦ COMUNE DI GAIARINE LOTTO 4 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI ISTRANA LOTTO 6 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI VEDELAGO LOTTO 17 PROVINCIA DI TREVISO

CIRFOOD — 2 contratti
♦ COMUNE DI CASTELFRANCO VENETO LOTTO 3 PROVINCIA DI TREVISO
1 contratto precedente

CONSORZIO SOCIALE SANTA COLOMBA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE — 1 contratto precedente

COOPERATIVA SANT'ANSELMO S.C.S. – ONLUS — 1 contratto
♦ COMUNE DI SARMEDE LOTTO 12 PROVINCIA DI TREVISO

CRISTOFORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS — 1 contratto precedente

DUSSMANN SERVICE — 1 contratto
♦ COMUNI DI SALGAREDA LOTTO 9 PROVINCIA DI TREVISO

EURORISTORAZIONE — 6 contratti
♦ COMUNE DI BREDA DI PIAVE LOTTO 1 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI FREGONA LOTTO 4 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI CASIER LOTTO 2 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI SUSEGANA LOTTO 14 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI ZENSON DI PIAVE LOTTO 18 PROVINCIA DI TREVISO
1 contratto precedente

EURO & PROMOS SOCIAL HEALTH CARE SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE — 1 contratto precedente

FELSINEA RISTORAZIONE S.R.L. — 2 contratti
♦ COMUNE DI PONZANO VENETO LOTTO 8 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI SPRESIANO LOTTO 13 PROVINCIA DI TREVISO

MEDIHOSPES COOP — 1 contratto precedente

PUNTO RISTORAZIONE S.R.L. — 1 contratto precedente

RISTORAZIONE OTTAVIAN S.P.A. — 5 contratti
♦ COMUNE DI GAIARINE LOTTO 5 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI ORMELLE LOTTO 7 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI SAN PIETRO DI FELETTO LOTTO 10 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI VAZZOLA LOTTO 16 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI SAN VENDEMIANO LOTTO 11 PROVINCIA DI TREVISO

SERENISSIMA RISTORAZIONE — 1 contratto precedente

VIVENDA SPA — 1 contratto precedente

Mense Aziendali

CAMST GROUP	1 contratto precedente
EP SPA	1 contratto precedente
SODEXO	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

ALL FOOD	1 contratto precedente
CONSORZIO PROGETTO MULTISERVIZI	6 contratti precedente
EUROMENSE S.R.L	1 contratto precedente
GEMA SERVICE S.R.L.	2 contratti precedente
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI SRL	1 contratto precedente
I GEMELLI SOC. COOP	2 contratti precedenti
LUJEDA S.A.S	1 contratto precedente
RISTORAZIONE LA GROTTA S.N.C.	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente

Scuole Private ed Università

ALTHEA SRL — 1 contratto precedente

CIMAS SRL — 1 contratto precedente

COMPASS ITALIA — 3 contratti
♦ 2 BAR E RISTORANTE-MENSA IULM, MILANO

OLYMPIA S.R.L. — 3 contratti precedenti

SERENISSIMA RISTORAZIONE — 1 contratto precedente

Scuole Pubbliche

A&C PRIVATE S.R.L. — 1 contratto precedente

ARCOBALENO SOC. COOP. — 1 contratto precedente

BETADUE COOPERATIVA SOCIALE S.R.L — 1 contratto precedente

CAMST — 12 contratti
♦ COMUNE DI GAIARINE LOTTO 5 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI ISTRANA LOTTO 6 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI VEDELAGO LOTTO 17 PROVINCIA DI TREVISO
9 contratti precedenti

CIRFOOD — 15 contratti
♦ COMUNE DI BRESCIA
♦ COMUNE DI BIBBIANO (RE)
♦ COMUNE DI MONTECCHIO (RE)
♦ COMUNE DI SANT'ILARIO (RE)
♦ COMUNE DI CAVRIAGO (RE)
9 contratti precedenti

COMPASS ITALIA — 1 contratto
♦ COMUNE DI BIELLA

DUSSMANN SERVICE — 7 contratti
♦ COMUNI DI SALGAREDA LOTTO 9 PROVINCIA DI TREVISO
♦ COMUNE DI SAN GIULIANO M.SE (MI)
5 contratti precedenti

ELIOR RISTORAZIONE — 3 contratti
♦ COMUNE DI NOVENTA DI PIAVE (VE)
♦ COMUNE DI AREZZO
1 contratto precedente

EP SPA — 2 contratti precedenti

EURORISTORAZIONE SRL	13 contratti
♦ COMUNE DI BREDA DI PIAVE LOTTO 1 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI FREGONA LOTTO 4 ♦ COMUNE DI CASIER LOTTO 2 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI SUSEGANA LOTTO 14 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI ZENSON DI PIAVE LOTTO 18 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI PESCIA (PT) ♦ COMUNE DI MONSELICE (PD) ♦ COMUNE DI CADONEGHE (PD) 5 contratti precedenti	
FELSINEA RISTORAZIONE S.R.L.	13 contratti
♦ COMUNE DI PONZANO VENETO LOTTO 8 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE SPRESIANO LOTTO 13 PROVINCIA DI TREVISO	
FERRARA SRL	1 contratto precedente
G.L.M. RISTORAZIONE S.R.L.	2 contratti precedente
G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C.S.A.S.	1 contratto precedente
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI S.R.L	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE SRL	1 contratto precedente
INNOVA S.P.A.	1 contratto precedente
ITALIA CHEF ♦ COMUNE DI BORGOSESIA	1 contratto
LADISA	2 contratti precedente
LARIO ♦ COMUNE DI DERVIO (LC)	1 contratto
MECA S.R.L.	1 contratto precedente
PUNTO RISTORAZIONE S.R.L.	1 contratto precedente
RI.CA S.R.L.	1 contratto precedente
RISTOR PLUS S.R.L.	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN S.P.A.	5 contratti
♦ COMUNE DI GAIARINE LOTTO 5 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI ORMELLE LOTTO 7 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI SAN PIETRO DI FELETTO LOTTO 10 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI VAZZOLA LOTTO 16 PROVINCIA DI TREVISO ♦ COMUNE DI SAN VENDEMIANO LOTTO 11 PROVINCIA DI TREVISO	
S. LUCIA SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE DI SOLIDARIETA' ONLUS	1 contratto precedente
SAGIFI S.P.A.	1 contratto precedente
SARCA CATERING SRL ♦ COMUNE DI BRESCIA 1 contratto precedente	2 contratti
SCAMAR-SORICO ♦ COMUNE DI CATANZARO	1 contratto
SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA	4 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
SIR ♦ COMUNE DI CARENNO (LC) ♦ COMUNE DI ERVE (LC) ♦ COMUNE DI MONTE MARENZO (LC) ♦ COMUNE DI TORRE DE' BUSI (LC)	4 contratti
SIRIO S.R.L.	1 contratto precedente
SOC. COOP. SOLIDARIETA' E LAVORO S.R.L.	2 contratti precedenti
SOCIETÀ PUNTO RISTORAZIONE SRL	1 contratto precedente
SOC. RICA S.R.L.	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA S.P.A	4 contratti precedenti
SOLARIA SOCIETÀ COOPERATIVA	1 contratto precedente
SPEEDFOOD SRL	1 contratto precedente
TORTORA S.P.A.	1 contratto precedente
VEGEZIO S.R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA ♦ COMUNE DI BRESCIA 2 contratti precedenti	3 contratti
VOLPI PIETRO S.R.L	2 contratti precedenti
VIVENDA	4 contratti precedenti

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali	
12OZ	1 contratto precedente
ALL'ANTICO VINAIO	1 contratto precedente
AV RETAIL	1 contratto precedente
BEFED	1 contratto precedente
BERBERÈ ♦ MODENA	1 contratto
BILLY TACOS	1 contratto precedente
BOMAKI	3 contratti precedenti
CAPRIZZA ♦ ROMA	1 contratto
CARREFOUR	1 contratto precedente
CIOCCOLATERIA SLITTI	1 contratto precedente
CIOCCOLATITALIANI	1 contratto precedente
CROCCA	2 contratti precedenti
DISPENSA EMILIA	1 contratto precedente
DOPPIO MALTO	3 contratti precedenti
FISHING CLUB	1 contratto precedente

IL BAR	1 contratto precedente
IL MANNARINO	3 contratti precedenti
IPER LA GRANDE I	2 contratti precedenti
ICHI STATION	1 contratto precedente
ILLYCAFFÈ	2 contratti precedenti
MEDITERRANEA	1 contratto precedente
MISCUSI ♦ **CC MILANOFIORI, MISCUSI FAST** 1 contratto precedente	2 contratti
MOCHO MEAT CREW	1 contratto precedente
KEBHOUZE	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	1 contratto precedente
LÖWENGRUBE	2 contratti precedenti
OBICÀ MOZZARELLA BAR	1 contratto precedente
POKÈFLASH	1 contratto precedente
RESTALIA	1 contratto precedente
RIVOIRE ♦ **MILANO BRERA**	1 contratto
PIZZIUM	1 contratto precedente
SOPHIA LOREN RESTAURANT	1 contratto precedente
STARBUCKS ♦ **BARI** ♦ **OFFICINE STORICHE, LIVORNO** 4 contratti precedenti	6 contratti
TIGELLA'S	1 contratto precedente
VÀSAME	1 contratto precedente
WAGAMAMA	2 contratti precedenti

Buoni pasto elettronici e card

360 WELFARE S.R.L. ♦ **PADANIA ACQUE S.P.A., CREMONA**	1 contratto
BLUBE S.R.L.	2 contratti precedenti
DAY RISTOSERVICE ♦ **CTP SPA - TARANTO**	1 contratto
EDENRED ITALIA ♦ **LE ASSICURAZIONI DI ROMA - MUTUA ASSICURATRICE, ROMA** 3 contratti precedenti	4 contratti
EP S.P.A. ♦ **LOTTO 15 GARA CONSIP 10 ACCESSORIO SUD**	1 contratto
PELLEGRINI S.P.A ♦ **LOTTO 3 GARA CONSIP 10 VENETO, FRIULI VG, TRENTINO AA** ♦ **LOTTO 5 GARA CONSIP 10 TOSCANA** ♦ **LOTTO 6 GARA CONSIP 10 EMILIA ROMAGNA** ♦ **LOTTO 13 GARA CONSIP 10 ACCESSORIO NORD**	4 contratti
SODEXO BENEFITS & REWARDS SERVICES ITALIA S.R.L. ♦ **LOTTO 11 GARA CONSIP 10 CALABRIA** ♦ **LOTTO 14 GARA CONSIP 10 ACCESSORIO CENTRO**	2 contratti

Siti in Concessione

ALEMAGNA	1 contratto precedente
ALT, STAZIONE DEL GUSTO ♦ **ROMA EUR - ENILIVE**	1 contratto
AREAS-MYCHEF	1 contratto precedente
AUTOGRILL	5 contratti precedenti
BERLUCCHI FRANCIACORTA SPARKLING BAR	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	3 contratti precedenti
COMPASS GROUP ITALIA	6 contratti precedenti
COOPERATIVA AVVENIRE SOC. COOP. ONLUS	1 contratto precedente
CIRFOOD RETAIL	1 contratto precedente
DOPPIO MALTO	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE S.P.A.	1 contratto precedente
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI SRL	1 contratto precedente
I BANCHI DI CICCIO SULTANO	1 contratto precedente
PANELLA	1 contratto precedente
PAUL	1 contratto precedente
POORMANGER	1 contratto precedente
PRET A MANGER	1 contratto precedente
RINALDINI	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 contratti precedenti
SIRIO	1 contratto precedente
SOPHIA LOREN RESTAURANT	1 contratto precedente
SPARKLING BAR	1 contratto precedente
STARBUCKS	2 contratti precedenti
TEMAKINHO	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto precedente
WAGAMAMA	1 contratto precedente

Vending

FERRI DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI FERRI MARIA LETIZIA	1 contratto precedente
GENERAL BEVERAGE	1 contratto precedente
GRUPPO A.G. SRL	1 contratto precedente
ITALMATIC	1 contratto precedente
IVS ITALIA	4 contratti precedenti

La borsa delle imprese - monitor commerciale

Contratti monitorati al 31 agosto 2023

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	4
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	27
Totale Ristorazione Collettiva	**31**
Forze armate e corpi militarizzati	16
Ristoranti aziendali ed interaziendali	3
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**19**
Scuole private ed Università	9
Scuole pubbliche	117
Totale Ristorazione Scolastica	**126**
Esercizi urbani e centri commerciali	52
Esercizi in concessione	42
Totale Ristorazione Commerciale	**94**
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	10
Totale Buoni pasto	**10**
Vending	8
Totale contratti monitorati	**293**

Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Società monitorate al 31 agosto 2023

1	**12 OZ**	
2	**360 WELFARE SRL**	
3	**A&C PRIVATE SRL**	
4	**ALEMAGNA**	
5	**ALL FOOD**	
6	**ALTHEA SRL**	
7	**ARCOBALENO SOC. COOP.**	
8	**AREAS-MYCHEF ALL'ANTICO VINAIO**	
9	**AV RETAIL**	
10	**BEFED**	
11	**BERLUCCHI FRANCIACORTA SPARKLING BAR**	
12	**BETADUE COOPERATIVA SOCIALE SRL**	
13	**BILLY TACOS**	
14	**BLUBE S.R.L.**	
15	**BOMAKI**	
16	**CAMST**	
17	**CARREFOUR**	Terre d'Italia Milano
18	**CIMAS SRL**	
19	**CIOCCOLATITALIANI**	
20	**CIOCCOLATERIA SLITTI**	
21	**CIRFOOD**	
22	**CONSORZIO PROGETTO MULTISERVIZI**	
23	**CONSORZIO SOCIALE SANTA COLOMBA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**	
24	**COOPERATIVA SANT'ANSELMO S.C.S. - ONLUS**	
25	**CRISTOFORO SOCIETÀ COOP. SOCIALE ONLUS**	
26	**CROCCA**	
27	**DAY RISTOSERVICE**	
28	**DISPENSA EMILIA**	
29	**DOPPIO MALTO**	

30	DUSSMANN SERVICE	
31	EDENRED ITALIA	
32	EP SPA	
33	EURO & PROMOS	Social Health Care Società Cooperativa Sociale
34	EUROMENSE SRL	
35	EURORISTORAZIONE SRL	
36	FELSINEA RISTORAZIONE SRL	
37	FERRARA SRL	
38	FERRI DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI FERRI MARIA LETIZIA	
39	FISHING CLUB	
40	G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C.S.A.S.	
41	GEMA SERVICE SRL	
42	GENERAL BEVERAGE	
43	GESTIONE SERVIZI INTEGRATI SRL	
44	GLM	
45	GLOBAL SERVICE	
46	GRUPPO A.G. SRL	
47	I GEMELLI SOC. COOP	
48	ICHI STATION	
49	IL MANNARINO	
50	ILLY CAFFÈ	
51	INNOVA	
52	IPER LA GRANDE I	Maceler, Casa Grandate
53	ITALIA CHEF	
54	ITALMATIC	
55	IVS ITALIA	
56	KEBHOUZE	
57	LADISA	
58	LARIUS	
59	LÖWENGRUBE	
60	LUJEDA SAS	
61	MECA SRL	
62	MEDIHOSPES COOP	
63	MEDITERRANEA COOP	
64	MISCUSI	
65	MOCHO MEAT CREW	
66	NENE' SERVICES SOC. COOP. SOC. DI TIPO B	

67	OBICÀ MOZZARELLA BAR	
68	OLYMPIA SRL	
69	PANELLA	
70	PAUL	
71	PELLEGRINI	
72	PIZZIUM	
73	POORMANGER	
74	PRET A MANGER	
75	PUNTO RISTORAZIONE SRL	
76	RI.CA SRL	
77	RINALDINI	
78	RISTOR PLUS S.R.L.	
79	RISTORAZIONE LA GROTTA S.N.C.	
80	RISTORAZIONE OTTAVIAN	
81	RIVOIRE	
82	S. LUCIA SOCIETA' COOPERATIVA	
83	SAGIFI SPA	
84	SARCA CATERING SRL	
85	SCAMAR-SORICO	
86	SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA	
87	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
88	SIR	
89	SIRIO SRL	
90	SOC. COOP. SOLIDARIETA' E LAVORO SRL	
91	SOC. RICA SRL	
92	SODEXO BENEFITS & REWARDS SERVICES ITALIA S.R.L	
93	SOLARIA SOCIETÀ COOPERATIVA	
94	SOPHIA LOREN RESTAURANT	
95	SPEEDFOOD SRL	
96	STARBUCKS	
97	TEMAKINHO	
98	TIGELLA'S	
99	TORTONA SPA	
100	VÀSAME	
101	VEGEZIO SRL	
102	VOLPI PIETRO SRL	
103	VIVENDA	
104	WAGAMAMA	

Irinox aiuta a formare i professionisti della ristorazione

Irinox S.p.A. sostiene il primo corso post diploma in Italia sulla gestione dei processi nella ristorazione dal titolo "*Agribusiness manager per la sicurezza e la trasformazione degli alimenti*" organizzato da ITS Academy Agroalimentare Veneto. L'azienda trevigiana che produce abbattitori professionali ha messo a disposizione il proprio know how e le proprie competenze per costruire questo corso che è fondamentale per formare i futuri professionisti del settore. La figura professionale che uscirà da questo percorso formativo avrà un forte appeal nel mercato della ristorazione e potrà rappresentare, nei prossimi anni, un valore aggiunto per le attività che si doteranno di questo profilo perché sarà in grado di diminuire i costi, alzare la qualità e tenere sotto controllo i processi della cucina e dei laboratori. È un percorso molto utile e che, ad oggi non è presente sul mercato, per questo può avere degli sbocchi importanti nel mondo del lavoro, in particolare per i nostri giovani. Con questo percorso di studi è possibile diventare dei veri e propri esperi della gestione dei processi che si sono nelle cucine di grande e piccola dimensione. E per Irinox significa avere un professionista in grado di gestire i propri prodotti e sfruttandone a pieno tutte le potenzialità. Questo corso può garantire la crescita per tutto il settore in termini di gestione, efficienza e qualità.

www.irinox.com

IRINOX

Immediato, come il frigo di casa

Ristocloud ti offre la migliore soluzione di vendita, per ogni mercato di riferimento, grazie alla linea di dispositivi Selfly IF3 di Selfly Store, ormai giunta alla terza versione a garanzia di efficacia ed affidabilità. In versione frigo, gelo e ambiente, permettono di vendere prodotti premium, grazie anche ad una migliore esperienza d'acquisto e a strumenti di pagamento elettronico di uso comune. Pensati per automatizzare le vendite, senza bisogno di un presidio fisico, compatibili con le agevolazioni per l'Industria 4.0, possono essere configurati da remoto per impostare le promozioni e le combo, controllare la scadenza dei prodotti per evitare gli sprechi, gestire l'inventario ed analizzare le performance in tempo reale. Come funziona:

1. Sblocca l'apertura della porta, con carta di credito o altro sistema di pagamento elettronico, per osservare da vicino ogni articolo;
2. Preleva ogni prodotto di cui hai bisogno e chiudi la porta per concludere l'acquisto, dare un feedback e scaricare la ricevuta;
3. Goditi i prodotti sul posto oppure portali con te. Il gestore ha già incassato l'importo dovuto in totale sicurezza.

https://nuovo.ristocloudgroup.com/selflystore/

ristocloud

La tradizione si rinnova, con In Brown

La linea di contenitori per l'asporto In Brown di **Medac** è un richiamo alla tradizione culinaria più autentica. Con la sua estetica di colore "kraft" fa subito tornare in mente le cose buone di una volta, realizzate con ingredienti genuini e sapientemente lavorate da abili artigiani. Come ogni ideazione dell'azienda salernitana, è studiata per offrire delle soluzioni innovative in grado di soddisfare le esigenze emergenti della moderna ristorazione.
È il caso, ad esempio, di **Tower In Brown**, il "capostipite" dell'intera gamma, il primo ad essere lanciato sul mercato qualche anno fa. Questo contenitore salva-spazio si apre e si chiude senza il coperchio, perché è ideato con quattro alette superiori che si alzano e si abbassano con un gesto. Consente così di semplificare la gestione degli accessori, riducendo anche l'impatto ambientale: una volta terminato l'utilizzo ci sono infatti meno componenti da smaltire.
Anno dopo anno, la gamma In Brown si è progressivamente ampliata, fino ad accogliere coppe per gelato e bicchieri per bibite calde e fredde disponibili in un'ampia scelta di formati. E che dire del bicchiere per patatine fritte? La sua estetica richiama quella dei tradizionali sacchetti del pane e dona al contenuto un gusto irresistibile... da leccarsi le dita! Tutti i contenitori In Brown sono realizzati in linea con la strategia produttiva green di Medac, che è certificata UNI EN ISO 14001 "Sistemi di gestione ambientale" fin dal 2006.

www.medac.it

medac

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9 - 39014 Postal (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.schaer-foodservice.it

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021
Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

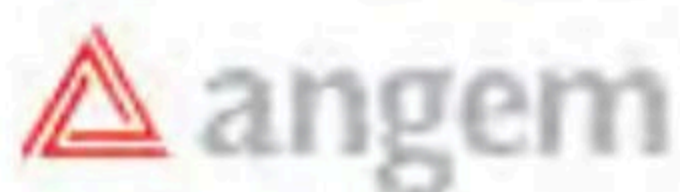
Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net

Ifi S.p.A.
Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it – www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621
Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

Camst Group
Via Tosarelli, 318
40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Euroristorazione S.r.l.
via Savona, 144 - 36040 Torri di Quartesolo
Tel. 0444 580699 - Fax 0444 588655
P.IVA 01998810244
www.euroristorazione.it - info@euroristorazione.it

Dussmann

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391 - Fax +39 02 39000041
info@elior.com - www.elior.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Markas S.r.l.
Via Macello, 61 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com - www.markas.com

Pellegrini

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1 - Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE E IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI) - Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4 - Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it - www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD RETAIL
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 - Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 – Blu Building – Ala 3 – 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com - www.it.areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 - Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

BUONI PASTO

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3 - 20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12 - 20124 Milano
Tel. +39 02 87178975 - Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it
www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

CATTEL S.p.A.
via Ettore Majorana, 11 - 30020 Noventa di Piave (VE)
Tel. 0421 355311 fax 0421 659300
www.cattel.it - info@cattel.it

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu - www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808 - Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357 - Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it - www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO

Contital S.r.l.
Via Appia km 192.358 - 81052 Pignataro Maggiore (CE) – Italia
Tel +39 0823 873-111
sales@contital.com - www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita - 20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 3801- Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844 - Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com - www.irinoxprofessional.com

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2
24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111 - Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

We Italia S.r.l.
Piazza dei Martiri 1/2 - 40121 Bologna (BO)
Te. +39 051 268601
info@we-italia.it - www.we-italia.it

EQUIPMENT

Robot Coupe Italia S.r.l.
Via Stelloni Levante, 24/a
40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.com/ita/it

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com

General Fruit S.r.l.
Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. + 39 035927030 - www.generalfruit.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517 - info@inalca.it

Orogel Soc. Coop. Agricola
Via Dismano 2830, 47522 Cesena (FC)
Tel. 0547 3771
info@orogel.it - www.orogel.it

Salumifici GranTerre S.p.A.
Strada Gherbella, 320 - 41126 Modena (MO)
Tel. 059 586111 - info@granterre.it - www.granterre.it

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it - www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110 - Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.it

Tecnoinox S.r.l.
Via Torricelli 1 - 33080 Porcia (PN) - Tel. + 39 0434 920110
info@tecnoinox.it - www.tecnoinox.it

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Eurofides Srl
Servizio Clienti 800.079.060 -
info@eurofides.com - www.eurofides.com

Fantini Sas
Via Enzo Ferrari 1 - 39100 Bolzano BZ
Tel. 0471 251011 - Fax 0471 251011
info@fantinisilvano.com - www.fantinisilvano.com

Five Services
Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com

Metaltecnica Produzioni S.r.l.
Via Rossini, 26 - 47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852 - Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com - info@metaltecnica.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

VITO Italia srl
Via Gorizia 14 - 31025 S. Lucia di Piave (TV)
Tel. 0438 460235 - cell. 345 5515644
info@vitoitalia.it - www.vitoitalia.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

Clearkit
Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SERVIZI WELFARE

Valyouness S.r.l.
Via Nobel 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
www.valyouness.it - info@valyouness.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546
Fax +39 0424 586284
commerciale@axios.it - www.axiosinformatica.it

Etica Soluzioni S.r.l.
Sede legale: Via dei Solteri 76, Trento
Sede operativa: Via Francesco Croce 65, Abbiategrasso (MI)
P.IVA 02344210220
Tel. +39 0461/1862014
info@eticasoluzioni.com
divisione.commerciale@eticasoluzioni.com
www.eticasoluzioni.com

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com - www.mytec.com

Progetti e Soluzioni S.p.A.
Direzione Generale
Via Ugo La Malfa 1 - 20063 Cernusco s/N (MI)
Centralino Tel. 02 45074323
Sede Legale
Via Nicolai 8 - 70123 Bari - Tel. 080 2149 474
www.progettiesoluzioni.it - info@progettiesoluzioni.it

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881 - Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111 - Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it - www.zucchetti.it

Barista sapiens. La guida definitiva all'espresso e al cappuccino perfetti

di Antonio Vincenzo Malvasi,
Dario Ciarlantini, Lauro Fioretti
Gribaudo
Euro 23,75

"Un compendio indispensabile e completo, arricchito da moltissime immagini e da step by step, che accompagna l'aspirante barista, ma anche l'appassionato, nell'affinamento delle tecniche di estrazione dell'espresso e della preparazione del cappuccino: ecco condensato in 416 pagine tutti i segreti del perfetto barista. Che in questo volume, accanto ai temi canonici e agli indispensabili argomenti (l'espresso, il cappuccino, la manutenzione, la latte art e molto altro ancora), troverà anche alcune chiavi di lettura originali e di facile apprendimento. Con un linguaggio chiaro, semplice e coinvolgente, Barista sapiens è lo strumento ideale per una competenza a tutto tondo, che, nelle intenzioni degli autori, si tradurrà in un'indelebile esperienza formativa!"

Manuale di viticoltura biodinamica. La prima guida pratica per applicare il metodo agricolo biodinamico al vigneto

di Adriano Zago
Terra Nuova edizioni
Euro 29,92

"La viticoltura biodinamica permette di esprimere a pieno la qualità e l'unicità dei più diversi territori viticoli mondiali. L'insieme delle tecniche agronomiche e viticole, l'uso dei preparati, le strategie di gestione del suolo, il compostaggio e la cura dell'organismo agricolo sono gli argomenti chiave di questo primo manuale pratico sulla viticoltura biodinamica. Il viticoltore che vuole avvicinarsi o migliorare la conoscenza delle tecniche e delle visioni di questo metodo, a cui si legano nomi di prestigio e aziende iconiche della produzione vitivinicola, si potrà confrontare con le diverse esperienze maturate dal lavoro ventennale di Adriano Zago, esperto a livello mondiale. Splendidamente illustrato, il libro offre un'ampia raccolta di indicazioni, suggerimenti, esperienze di successi e condivisioni di aspetti critici, raccontati attraverso l'esperienza concreta di aziende viticole biodinamiche italiane e internazionali. Prefazione del fondatore di Slow Food, Carlo Petrini."